FAKTOR-FAKTOR BAURAN PEMASARAN YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA DALAM MELAKUKAN KEPUTUSAN PEMILIHAN UNIVERSITAS

(Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

MUHAMMAD IHSAN BADARUDDIN
NIM. 155030200111016

UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI PEMASARAN
MALANG
2019

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MOTTO

“Hidup itu sederhana, kitalah yang membuatnya sulit.”

- Confucius

repository.ub.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul	:	FAKTOR-FAKTOR BAURAN PEMASARAN YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA DALAM MELAKUKAN KEPUTUSAN PEMILIHAN UNIVERSITAS (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)
Penulis	:	Muhammad Ihsan Badaruddin
NIM	:	155030200111016
Fakultas	:	Ilmu Administrasi
Jurusan	:	Administrasi Bisnis
Konsentrasi	:	Pemasaran

Malang, 11 Desember 2019

Pembimbing

Andriani Kusumawati, S.Sos., M.Si., DBA.
NIP. 19760414 200212 2 2002

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

TANDA PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji di hadapan dewan penguji, Fakultas Ilmu Administrasi

- Universitas Brawijaya , pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 31 Desember 2019

Jam : 08.00

Penulis : Muhammad Ihsan Badaruddin

Judul : Faktor-Faktor Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Mahasiswa dalam Melakukan Keputusan Pemilihan Universitas (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)

dan dinyatakan

LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua,

Andriani Kusumawati, S.Sos., M.Si., DBA.
NIP. 197604142002122002

Anggota,

Achmad Fauzi D.H., Prof. Drs, MA
NIDK. 8813940017

Anggota,

Aniesa Samira Bafadhal, SAB, MAB
NIP. 198807062018032001

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70

Malang, 11 Desember 2019

Muhammad Ihsan Badaruddin

NIM. 155030200111016

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

RINGKASAN

Muhammad Ihsan Badaruddin. 2019. **Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Melakukan Keputusan Pemilihan Universitas** (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). Andriani Kusumawati, S.Sos., M.Si., DBA. 228 Hal. + xv

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Untuk mengidentifikasi faktor utama yang membuat Mahasiswa melakukan Keputusan Pemilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. (2) Menganalisis apakah Program, Harga, Tempat, Promosi, Sumber Daya Manusia, Proses dan Bukti Fisik memiliki pengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pemilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. (3) Menganalisis apakah Program, Harga, Tempat, Promosi, Sumber Daya Manusia, Proses dan Bukti Fisik memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pemilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Jenis penelitian ini adalah eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Variabel pada penelitian ini terdiri Program, Harga, Tempat, Promosi, Sumber Daya Manusia, Proses, Bukti Fisik dan Keputusan Pemilihan. Kriteria populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya per September 2019. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner secara langsung (*offline*) 118 responden yang sesuai dengan kriteria populasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisa faktor dan regresi liniar berganda.

Hasil penelitian membuktikan bahwa faktor-faktor bauran pemasaran berpengaruh secara langsung pada keputusan pemilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya oleh mahasiswa. Diperlukan suatu penelitian dengan lingkup yang lebih luas pada tingkat universitas karena penelitian ini hanya menggunakan lokasi penelitian di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Diperlukan juga suatu penelitian kualitatif untuk mendapatkan gambaran variabel yang lebih tepat dalam konteks keIndonesia-an, karena secara umum penggunaan dasar teori dari luar tidak memenuhi kesamaan antropologi, sosiologi dan budaya Indonesia.

Kata kunci: bauran pemasaran, pemilihan universitas, analisis faktor, regresi liniar berganda

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

SUMMARY

Muhammad Ihsan Badaruddin. 2019. **Marketing Mix Factors Influencing Student in Choosing University (Survey on Students of the Faculty of Administrative Science, Brawijaya University Malang)**. Andriani Kusumawati, S.Sos., M.Si., DBA. 228 Pages + xv

This study aims to (1) Identify the main factors that make students make the Choosing Decision of the Faculty of Administrative Science, Universitas Brawijaya. (2) Analyzing whether the Program, Price, Place, Promotion, Human Resources, Processes and Physical Evidence have a simultaneous influence on the Faculty of Administrative Science, Universitas Brawijaya's Student Choices. (3) Analyzing whether the Program, Price, Place, Promotion, Human Resources, Process and Physical Evidence has a partial influence on the Choosing Decision of the Faculty of Administrative Science, Universitas Brawijaya.

Type of this research is explanatory research with a quantitative approach. The variables in this study consisted of Programs, Prices, Places, Promotions, Human Resources, Processes, Physical Evidence and Student Choices. Population criteria in this study were active students of the Faculty of Administrative Science Universitas Brawijaya which was recorded in September 2019. The sampling technique used was purposive sampling and data collection methods through distributing questionnaires directly (offline) 118 respondents in accordance with population criteria. Analysis of the data used is descriptive analysis, factor analysis and multiple linear regression.

The results of the research prove that marketing mix factors directly influencing the student choices of the Faculty of Administrative Science, Universitas Brawijaya by prospective students. A broader scope of research is needed at the university level regarding this research only used research locations in the Faculty of Administrative Science, Universitas Brawijaya. A qualitative study is needed to have more precise picture of variables in the context of Indonesia, because in general the use of basic theories from outside does not meet the similarities of anthropology, sociology and Indonesian culture.

Keywords: *marketing mix, student choice, factor analysis, multiple linear regression*

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap syukur kepada Allah Azza Wa Jalla atas ridho dan ijinNya dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul: "Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Melakukan Keputusan Pemilihan Universitas (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)". Skripsi ini ditujukan untuk melengkapi persyaratan untuk menjadi Sarjana Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Malang

Saya menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya atas bimbingan dan pendidikan yang saya dapatkan, kepada

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, M.S. selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
2. Bapak Prof. Dr. Drs. Mochammad Al Musadieq, MBA. Selaku Ketua Jurusan Ilmu Adminsitrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
3. Ibu Nila Firdausi Nuzula, S.Sos., M.Si., Ph.D selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang .
4. Ibu Andriani Kusumawati, S.Sos., M.Si., DBA. Selaku dosen pembimbing yang telah berkenan untuk selalu membimbing dan memberi motivasi bagi peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan kelancaran.
5. Seluruh dosen, staff akademik, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya,

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

6. Keluarga yang saya cintai Papa, Mama, Uni Ica, Uni Jasmine, Bang Adit yang telah memberi dukungan moril dan materil sepanjang waktu bagi peneliti.
7. Mas Tirta Perkasa yang telah membantu peneliti dalam melakukan penelitian.
8. Teman-teman satu bimbingan skripsi (Fabi, Raji, Aji, dan yang lainnya) yang telah membantu proses penyusunan skripsi peneliti.
9. Kepada Milky, Gaston, Wowi dan Bella yang selalu menemani peneliti selama proses penelitian.
10. Teman-teman sesama mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya angkatan 2015 yang telah menjadi rekan seperjuangan peneliti selama proses penyusunan skripsi.
11. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah berkontribusi besar selama proses pengerjaan skripsi ini berlangsung.

Malang, 11 Desember 2019

Muhammad Ihsan Badaruddin

NIM. 155030200111016

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

DAFTAR ISI

MOTTO ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN ..... **ii**
TANDA PENGESAHAN ..... **iii**
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI ..... **iv**
RINGKASAN ..... **v**
SUMMARY ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat dan Kontribusi Penelitian 7
E. Sistematika Pembahasan 7

BAB II KAJIAN PUSTAKA **9**
A. Kajian Empiris 9
1. Penelitian Soedijati dan Pratminingsih (2011) 9
2. Penelitian Samani *et al.* (2017) 10
3. Penelitian Seehanate (2017) 10
4. Penelitian Anwari (2017) 11
5. Penelitian Muhyidin (2015) 12
6. Penelitian Starck dan Zadeh (2013) 13
7. Penelitian Ivy (2008) 14
8. Penelitian Agrey dan Lampadan (2014) 14
9. Penelitian Proboyo dan Soedarsono (2015) 15
10. Penelitian Tirumalai *et al.* (2017) 16
B. Kajian Teoritis 25
1. Bauran Pemasaran dalam Pendidikan Tinggi 25
2. Keputusan Pemilihan (*Student Choice*) 30
C. Hubungan Antar Variabel 31
1. Program dengan Keputusan Pemilihan 31
2. Harga dengan Keputusan Pemilihan 32
3. Tempat dengan Keputusan Pemilihan 32
4. Promosi dengan Keputusan Pemilihan 33
5. Sumber Daya Manusia dengan Keputusan Pemilihan 33

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

6. Proses dengan Keputusan Pemilihan 34
7. Bukti Fisik dengan Keputusan Pemilihan 35
D. Model Hipotesis 36

BAB III METODE PENELITIAN 38
A. Jenis Penelitian 38
B. Lokasi Penelitian 38
C. Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran 39
1. Variabel Penelitian 39
2. Definisi Operasional Variabel 40
3. Skala Pengukuran 49
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel 49
1. Populasi 49
2. Sampel 50
3. Teknik Pengambilan Sampel 51
E. Teknik Pengumpulan Data 51
1. Sumber Data 51
2. Metode Pengumpulan Data 52
3. Instrumen Penelitian 53
F. Uji Instrumen 53
1. Uji Validitas 53
2. Uji Reliabilitas 55
3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 56
G. Teknik Analisis Data 58
1. Analisis Deskriptif 58
2. Analisis Faktor 59
3. Regresi Linear Berganda 61

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 65
A. Sejarah dan Profil Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya 65
B. Deskripsi Umum Responden 66
1. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin 67
2. Deskripsi Responden berdasarkan Usia 67
3. Deskripsi Responden berdasarkan Asal 68
4. Deskripsi Responden berdasarkan Tahun Terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya 68
5. Deskripsi Responden berdasarkan Sumber Informasi mengenai Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya 69
6. Deskripsi Responden berdasarkan Pilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya 70

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

7. Deskripsi Responden berdasarkan Alasan Memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya 70
8. Deskripsi Responden berdasarkan Jurusan di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya 71
9. Deskripsi Responden berdasarkan Pemenuhan Ekspektasi 72
C. Hasil Analisis Deskriptif 72
1. Frekuensi Distribusi Variabel Program 73
2. Frekuensi Distribusi Variabel Harga 76
3. Frekuensi Distribusi Variabel Tempat 79
4. Frekuensi Distribusi Variabel Promosi 80
5. Frekuensi Distribusi Variabel Sumber Daya Manusia 85
6. Frekuensi Distribusi Variabel Proses 87
7. Frekuensi Distribusi Variabel Bukti Fisik 89
8. Frekuensi Distribusi Variabel Keputusan Pemilihan 92
D. Hasil Analisis Faktor 95
1. Faktorabilitas Analisis Faktor Pertama 96
2. Ekstraksi Faktor Analisis Faktor Pertama 97
3. Faktorabilitas Analisis Faktor Kedua 98
4. Ekstraksi Faktor Analisis Faktor Kedua 98
5. Rotasi Komponen 101
6. Nama Faktor 102
E. Hasil Regresi Linear Berganda 104
1. Uji Normalitas Data 104
2. Uji Multikolinieritas 105
3. Uji Heteroskedasititas 106
4. Analisis Regresi Linear Berganda 107
5. Koefisien Determinasi (R^2) 108
6. Uji Hipotesis 109
F. Diskusi Hasil Penelitian 111
1. Diskusi Hasil Analisis Deskriptif 111
2. Diskusi Hasil Analisis Faktor 133
3. Diskusi Hasil Regresi Linear Berganda 139
4. Diskusi Hasil Uji Hipotesis 146
BAB V PENUTUP 152
A. Kesimpulan 152
B. Saran 153
DAFTAR PUSTAKA 155
LAMPIRAN 159

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.	Tabel 1. *The Seven Ps of Marketing*	5
2.	Tabel 2. Ringkasan Penelitian Terdahulu	18
3.	Tabel 3. Definisi Operasional Variabel	46
4.	Tabel 4. Skala Likert	49
5.	Tabel 5. Hasil Uji Validitas (N=30)	56
6.	Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas (N=30)	57
7.	Tabel 7. Hasil Uji Validitas (N=118)	57
8.	Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas (N=118)	58
9.	Tabel 9. Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	67
10.	Tabel 10. Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Usia	67
11.	Tabel 11. Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Asal	68
12.	Tabel 12. Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Tahun Terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya	69
13.	Tabel 13. Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya	70
14.	Tabel 14. Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Pilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya	70
15.	Tabel 15. Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Alasan Memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya	71
16.	Tabel 16. Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Jurusan di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya	71
17.	Tabel 17. Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Pemenuhan Ekspektasi	72
18.	Tabel 18. Deskripsi Nilai Rata-Rata	72
19.	Tabel 19. Frekuensi Distribusi Variabel Program	73
20.	Tabel 20. Frekuensi Distribusi Variabel Harga	76
21.	Tabel 21. Frekuensi Distribusi Variabel Tempat	79
22.	Tabel 22. Frekuensi Distribusi Variabel Promosi	80
23.	Tabel 23. Frekuensi Distribusi Variabel Sumber Daya Manusia	85
24.	Tabel 24. Frekuensi Distribusi Variabel Proses	87
25.	Tabel 25. Frekuensi Distribusi Variabel Bukti Fisik	89
26.	Tabel 26. Frekuensi Distribusi Variabel Keputusan Pemilihan	92
27.	Tabel 27. Nilai KMO MSA dan *Bartlett's Test* (Analisis Faktor 1)	96
28.	Tabel 28. Rekapitulasi nilai MSA *Anti-image Correlation* (Analisis Faktor 1)	97

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

29. Tabel 29. Nilai KMO MSA *dan Bartlett's Test* (Analisis Faktor 2) 98
30. Tabel 30. Rekapitulasi nilai MSA *Anti-image Correlation* (Analisis Faktor 2) 99
31. Tabel 31. Tabel Komunalitas.....100
32. Tabel 32. Tabel *Total Variance Explained*.....101
33. Tabel 33. Tabel *Rotated Companent Matrix* 102
34. Tabel 34. Hasil Analisis Faktor.....103
35. Tabel 35. Koefisien Uji Multikolinieritas.....106
36. Tabel 36. Ringkasan Uji Heteroskedasititas 107
37. Tabel 37. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 108
38. Tabel 38. Hasil Uji Statistik t.....111

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.	Gambar 1. Model Hipotesis	36
2.	Gambar 2. Grafik Normalitas Data	105

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Lampiran 1. Kalkulasi Sampel	159
2.	Lampiran 2. Kuesioner	160
3.	Lampiran 3. Tabulasi Jawaban Kuesioner	165
4.	Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (N=30)	195
5.	Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (N=118)	201
6.	Lampiran 6. Frekuensi Distribusi Responden	210
7.	Lampiran 7. Frekuensi Distribusi Jawaban Responden	212
8.	Lampiran 8. Hasil Analisis Faktor 1	215
9.	Lampiran 9. Hasil Analisis Faktor 2	219
10.	Lampiran 10. Hasil Uji Asumsi Klasik	223
11.	Lampiran 11. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	225
12.	Lampiran 12. *Curriculum Vitae*	228

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Sardjoko (2019) mayoritas penduduk Indonesia (65,2%) hanya berpendidikan di bawah SMP, 26,3 % berpendidikan SMA dan hanya 8,5 % berpendidikan tinggi. Tuntutan masyarakat Indonesia secara umum pada akses pendidikan tinggi bagi anak-anaknya adalah merupakan refleksi dari keinginan masyarakat untuk peningkatan status sosial ekonomi dan adanya harapan untuk penyelesaian masalah-masalah nasional dengan ilmu yang di dapat dari perguruan tinggi, permintaan akses pada pendidikan tinggi yang semakin meningkat menunjukkan adanya peluang dalam bisnis pendidikan tinggi yang telah disambut oleh berbagai entitas kelompok masyarakat dengan pendirian berbagai universitas.

Pada saat ini dari total 4.574 Perguruan Tinggi (PT) di Indonesia, hanya 1.482 yang terakreditasi dan baru 628 PT (12,48%) yang terakreditasi dengan nilai minimal B, sedangkan dari total 27.194 prodi, hanya 50,9% yang terakreditasi dengan nilai minimal B. Terdapat masalah relevansi dalam ketidakselarasan lulusan perguruan tinggi dengan lapangan kerja yang tersedia, faktor penentu relevansi ini meliputi: (1) Kualitas lulusan, (2) Adaptabilitas program studi terhadap kebutuhan pasar tenaga kerja, (3) Adanya kerjasama pengembangan kurikulum dengan dunia industri, (4) Keterampilan generik lulusan, (5) Penyesuaian kurikulum dengan *tracer study* (Sardjoko, 2019).

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Kehadiran Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2009 tentang Badan Hukum Pendidikan (BHP) membuat setiap lembaga pendidikan yang ada di Indonesia berorientasi pada mutu dan memilih program pendidikan yang disesuaikan dengan tuntutan dan tantangan dari pelanggan (*customers*), pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan pengguna (*user*) secara lokal dan global (Nurdin, 2009), dalam perkembangan selanjutnya pada Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTN-BH) merupakan penjabaran poin salah satu pasal pada Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi pasal 64, atau secara konkret menurut Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (UU-PT) pasal 65 poin 3, dengan uraian sebagai berikut:

1. Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memiliki kekayaan awal berupa kekayaan Negara yang dipisahkan kecuali tanah
2. Tata kelola dan pengambilan keputusan secara mandiri
3. Unit yang melaksanakan fungsi akuntabilitas dan transparansi
4. Hak mengelola dana secara mandiri, transparan, dan akuntabel
5. Wewenang mengangkat dan memberhentikan sendiri dosen dan tenaga kependidikan
6. Wewenang mendirikan badan usaha dan mengembangkan dana abadi
7. Wewenang untuk membuka, menyelenggarakan, dan menutup Program Studi

Undang-Undang menetapkan bahwa Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum dapat melakukan usaha-usaha untuk memperoleh pendapatan yang bertumpu pada potensi dan kemampuannya, sehingga muncul peluang terbuka bagi Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum untuk melakukan persaingan dalam menjaring mahasiswa (Manifest, 2018).

Hingga saat ini terdapat 11 perguruan tinggi negeri yang berstatus Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum, yaitu Institut Teknologi Bandung (ITB), Universitas Gajah Mada (UGM), Institut Pertanian Bogor (IPB), Universitas Indonesia (UI), Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), Universitas Sumatera Utara (USU), Universitas Airlangga (Unair), Universitas Padjadjaran (Unpad), Universitas Diponegoro (Undip), Universitas Hasanuddin (Unhas), dan Institut Teknologi Sepuluh November (ITS) (Permana, 2017). Perubahan status Perguruan Tinggi Negeri Badan Layanan Umum (PTN-BLU) menjadi Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTN-BH) bagi Universitas Brawijaya, suatu saat akan diberlakukan oleh pemerintah, dalam hal ini Kementrian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi (Kemenristekdikti), hal ini diindikasikan oleh terbitnya Surat Keputusan Rektor (SK) nomor 414/2016 tentang pembentukan tim persiapan Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTN-BH), Surat Keterangan (SK) tersebut berlaku mulai 1 November 2016 sampai 31 Oktober 2017 (Manifest, 2018).

Pada tingkatan Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) sendiri, Universitas Brawijaya harus bersaing dengan 29 universitas lain, antar lain: Universitas Indonesia, Universitas Airlangga, Universitas Bengkulu, Universitas Jember,

Univesitas Lampung dll. Hal ini dapat difahami karena Fakultas Ilmu Administrasi memiliki daya adaptasi yang tinggi pada setiap tingkatan bisnis, pembentukan mahasiswa sebagai calon-calon pimpinan atau direktur sangat diperlukan oleh setiap jenis bisnis atau lembaga manapun.

Untuk mengantisipasi hal di atas, diperlukan suatu penelitian yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang tepat bagi Fakultas Ilmu Adminstrasi-Universitas Brawijaya, strategi terbaik untuk memenangkan persaingan di masa mendatang adalah dengan mengimplementasikan konsep pemasaran. Lembaga pendidikan merupakan lembaga non profit yang bertujuan untuk memberikan layanan jasa. Sebagai sebuah layanan jasa, pemasaran pendidikan tinggi berbeda dari pemasaran produk dan membutuhkan elemen bauran pemasaran yang berbeda.

Kotler and Fox (1995: 8, 185-186) dalam bukunya yang berjudul "Strategic Marketing for Educational Institution", telah mengembangkan versi bauran pemasaran yang dirancang khusus bagi lembaga pendidikan, untuk mengatasi keterbatasan yang ditemukan dalam bauran pemasaran untuk produk barang. Bauran pemasaran untuk lembaga pendidikan adalah bauran pemasaran dengan konsep 7P, yaitu 4 P tradisional yang terdiri atas Program (*Program*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*) dan 3 P dalam pemasaran jasa yang terdiri atas Sumber Daya Manusia (*People*), Proses (*Process*) dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*), seperti digambarkan secara rinci pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. ***The Seven Ps of marketing***

P1: *Product*	**P2: *Price***	**P3: *Place***	**P4: *Promotion***
Quality *Features* *Options* *Style* *Packaging* *Saizes* *Services* *Warranties* *Returns* *Brand*	*List price* *Discount* *Allowances* *Payment* *Period* *Credit terms*	*Channels* *Coverage* *Location* *Inventory* *Transport*	*Advertising* *Personal* *Selling* *Sales* *Promotion* *Publicity*
P5: *People*	**P6: *Physical Evidence***		**P7: *Process***
Service provider *Customer being service* *Other employees and customer*	*Arrangement of objects* *Material used* *Shapes (lines)* *Colour* *Temperature* *Noise*		*Policies and procedures* *Factory (delivery)* *Training and rewarding systems*

Sumber: Diadaptasi dari Kotler and Fox (1995: 8)

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disimpulkan bahwa salah satu cara untuk melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran FIA-Universitas Brawijaya adalah dengan menggunakan bauran pemasaran 7P yang dipopulerkan oleh Kotler dan Fox (1995: 8, 185-186). Penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi mahasiswa dalam melakukan keputusan pemilihan Universitas (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). Penelitian ini akan menganalisis tujuh komponen bauran pemasaran (*Marketing Mix*) sebagai variabel bebas dan keputusan pemilihan *(Student Choice)* sebagai variabel terikat.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apa faktor utama yang membuat Mahasiswa melakukan Keputusan Pemilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya?
2. Apakah Program, Harga, Tempat, Promosi, Sumber Daya Manusia, Proses dan Bukti Fisik memiliki pengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pemilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya?
3. Apakah Program, Harga, Tempat, Promosi, Sumber Daya Manusia, Proses dan Bukti Fisik memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pemilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor utama yang membuat Mahasiswa melakukan Keputusan Pemilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
2. Menganalisis apakah Program, Harga, Tempat, Promosi, Sumber Daya Manusia, Proses dan Bukti Fisik memiliki pengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pemilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya?
3. Menganalisis apakah Program, Harga, Tempat, Promosi, Sumber Daya Manusia, Proses dan Bukti Fisik memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pemilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya?

D. Manfaat dan Kontribusi Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi teori dalam mengenali dan memperkuat metode pemasaran lembaga perguruan tinggi di Indonesia

2. Secara Praktis

   Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh para pengelola lembaga perguruan tinggi di Indonesia dalam usahanya untuk lebih memajukan strategi pemasarannya

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh gambaran singkat dari skripsi dan untuk memudahkan pemahaman secara keseluruhan materi, maka perlu adanya penyusunan sistematika skripsi yang dikelompokkan ke dalam bab-bab. Adapun sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan kontibusi penelitian, dan sistematika pembahasan.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan kajian pustaka terdiri dari: kajian empiris, kajian teoritis, hubungan antar variabel, dan model konseptual dan hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, terdiri dari: jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, dan skala pengukuran, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, uji instrumen, dan teknik analisis data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan hasil dan pembahasan yang terdiri dari: sejarah dan profil Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, deskripsi umum responden, hasil analisis deskriptif, hasil analisis faktor, hasil regresi linier berganda, dan diskusi hasil penelitian

BAB V PENUTUP

Pada bab ini penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Empiris

1. Penelitian Soedijati dan Pratminingsih (2011)

Penelitian Soedijati dan Pratminingsih (2011) yang berjudul "The Impacts of Marketing Mix on Student Choice of University (Study Case of Private University in Bandung, Indonesia)". Penelitian Soedijati dan Pratminingsih (2011) bertujuan untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* terhadap *student choice* mahasiswa dalam memilih institusi pendidikan tinggi. Sampel pada penelitian Soedijati dan Pratminingsih (2011) sebesar 300 orang responden mahasiswa Universitas Widyatama, Bandung. Analisis dilakukan menggunakan Analisis Korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh aspek *marketing mix* memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap *student choice* mahasiswa dalam memilih universitas.

Penelitian Soedijati dan Pratminingsih (2011) dan penelitian ini memiliki persamaan dan juga perbedaan. Persamaan antara penelitian Soedijati dan Pratminingsih (2011) dengan penelitian ini adalah pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan antara penelitian Soedijati dan Pratminingsih (2011) dengan penelitian ini adalah pada metode analisisnya.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

2. Penelitian Samani *et al.* (2017)

Penelitian Samani *et al.* (2017) yang berjudul "Investigating the Role of Marketing Mix Elements (7Ps) and Strategic Planning in Development of Iranian English Language Department". Penelitian Samani *et al.* (2017) bertujuan untuk untuk mengetahui elemen marketing mix (7Ps) yang paling penting bagi mahasiswa. Sampel pada penelitian Samani *et al.* (2017) berjumlah 70 orang responden dari 3 universitas terbesar di Iran, data dianalisa dengan metode Analisis SWOT, IFE *(internal factor evaluation) matrix* dan EFE *(external factor evaluation) matrix*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Promotion* merupakan elemen paling utama (*mean*=21.5) dan *Physical facilities* sebagai elemen yang paling terakhir (*mean*=7.5)

Penelitian Samani *et al.* (2017) dan penelitian ini memiliki persamaan dan juga perbedaan. Persamaan antara penelitian Samani *et al.* (2017) dengan penelitian ini adalah pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan antara penelitian Samani *et al.* (2017) dengan penelitian ini adalah pada metode analisisnya.

3. Penelitian Seehanate (2017)

Penelitian Seehanate (2017) yang berjudul "The Marketing Factors Affecting Student's Decision of Choosing Higher Education Institution in South-Northeastern Region". Penelitian Seehanate (2017) bertujuan untuk untuk menguji faktor pemasaran yang mempengaruhi perilaku siswa dalam pengambilan keputusan dalam memilih institusi pendidikan tinggi. Sampel

sejumlah 454 orang responden di 7 provinsi di Negara Thailand, data dianalisa dengan metode analisis statistik deskriptif dan analisis inferensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Product, price, place, people* dan *physical evidence* memiliki hubungan dengan seleksi institusi (signifikansi=0.05), *promotion* dapat dikaitkan dengan seleksi institusi (signifikansi=0.10), sedangkan *process* tidak memiliki hubungan dengan seleksi institusi.

Penelitian Seehanate (2017) dan penelitian ini memiliki persamaan dan juga perbedaan. Persamaan antara penelitian Seehanate (2017) dengan penelitian ini adalah pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan antara penelitian Seehanate (2017) dengan penelitian ini adalah pada metode analisisnya.

4. Penelitian Anwari (2017)

Penelitian Anwari (2017) yang berjudul "Marketing Mix Analysis on Decision Making to Study in the Continuing Higher Education (STIKES Anwar Medika Hospital Sidoarjo)". Penelitian Anwari (2017) bertujuan untuk mengetahui pengaruh aspek-aspek *marketing mix* terhadap keputusan mahasiswa untuk melanjutkan studi di STIKES RS. Sidoarjo. Sampel pada penelitian Anwari (2017) sebanyak 57 orang responden mahasiswa STIKES RS Sidoarjo, analisa data dengan metode Analisis deskriptif dan Regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product, price, place, promotion* dan *physical evidence* memiliki pengaruh yang signifikan

decision making pemilihan STIKES RS. Anwar Medika, sedangkan *people* serta *process* tidak berpengaruh signifikan.

Penelitian Anwari (2017) dan penelitian ini memiliki persamaan dan juga perbedaan. Persamaan antara penelitian Anwari (2017) dengan penelitian ini adalah pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan antara penelitian Anwari (2017) dengan penelitian ini adalah pada metode analisisnya.

5. Penelitian Muhyidin (2015)

Penelitian Muhyidin (2015) yang berjudul "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Barat". Penelitian Muhyidin (2015) bertujuan untuk untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix*) jasa pendidikan terhadap keputusan para mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta di Jawa Barat. Sampel pada penelitian Muhyidin (2015) berjumlah 341 orang responden mahasiswa baru yang aktif kuliah, data dianalisa dengan metode Analisis statistik korelasional dan Regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga (*price*), promosi (*promotion*), dan orang (*people*) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa, sedangkan produk (*product*), lokasi (*place*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa.

Penelitian Muhyidin (2015) dan penelitian ini memiliki persamaan dan juga perbedaan. Persamaan antara penelitian Muhyidin (2015) dengan

penelitian ini adalah pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan antara penelitian Muhyidin (2015) dengan penelitian ini adalah pada metode analisisnya.

6. Penelitian Starck *and* Zadeh (2013)

Penelitian Starck *and* Zadeh (2013) yang berjudul "Marketing within higher education institutions – A case study of two private Thai universities" Sampel pada penelitian Starck dan Zadeh (2013) berjumlah 26 orang responden dari Bangkok University International College (BUIC) dan 26 orang responden dari Webster University (WU). Data dianalisa dengan metode Single-case analysis dan Cross-case analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bangkok University International College (BUIC) harus memperbaiki Sumber Daya Manusia (SDM) dan interaksi selama proses pendaftaran, sedangkan Webster University (WU) harus fokus dalam penyediaan perangkat TI tambahan dan memperbaiki kesalahan manajemen mereka karena terkait dengan citra dan reputasi.

Penelitian Starck *and* Zadeh (2013) dan penelitian ini memiliki persamaan dan juga perbedaan. Persamaan antara penelitian Starck *and* Zadeh (2013) dengan penelitian ini adalah pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan antara penelitian Starck *and* Zadeh (2013) dengan penelitian ini adalah pada metode analisisnya.

7. Penelitian Ivy (2008)

Penelitian Ivy (2008) yang berjudul "A new higher education marketing mix: The 7 Ps for MBA Marketing". Penelitian Ivy (2008) bertujuan untuk menyajikan *marketing mix* baru berdasarkan sikap siswa MBA dan pendapat mereka mengenai inisiatif pemasaran sekolah bisnis di Afrika Selatan, Sampel sejumlah 500 orang responden mahasiswa program MBA di Afrika Selatan, data dianalisa dengan metode analisis faktor. Hasil penelitian menunjukkan penggunaan marketing mix 4P, 5P, ataupun 7P mungkin bukan cara terbaik dalam pemasaran program MBA di Afrika Selatan.

Penelitian Ivy (2008) dan penelitian ini memiliki persamaan dan juga perbedaan. Persamaan antara penelitian Ivy (2008) dengan penelitian ini adalah pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan antara penelitian Ivy (2008) dengan penelitian ini adalah pada metode analisisnya.

8. Penelitian Agrey *and* Lampadan (2014)

Penelitian Agrey *and* Lampadan (2014) berjudul "Determinant Factors Contributing to Student Choice in Selecting a University". Penelitian Agrey dan Lampadan (2014) bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi siswa sekolah menengah dalam memilih universitas. Sampel sebanyak 261 orang responden dari Thailand Tengah, data dianalisis menggunakan analisis faktor. Dari penelitian ini diketahui lima faktor signifikan mempengaruhi pengambilan keputusan pilihan universitas Pilihan ini termasuk dalam (1) Sistem pendukung, (2)

lingkungan belajar dan prospek pekerjaan yang tinggi tingkat lulusan yang bekerja, (3) memiliki fasilitas olahraga yang baik, (4) program kehidupan siswa yang kuat dan (5) lingkungan Perguruan Tinggi serta fakultas pendukungnya yang aman dan ramah. Studi ini menunjukkan siswa menggunakan berbagai faktor dalam membuat pilihan universitas dengan menggunakan lima aspek di atas sebagai kriteria yang paling signifikan dalam membuat keputusan.

Penelitian Agrey *and* Lampadan (2014) dan penelitian ini memiliki persamaan dan juga perbedaan. Persamaan antara penelitian Agrey *and* Lampadan (2014) dengan penelitian ini adalah pada definisi operasional variabel dan metode analisisnya sedangkan perbedaan antara penelitian Agrey *and* Lampadan (2014) dengan penelitian ini adalah pada variabelnya.

9. Penelitian Proboyo dan Soedarsono (2015)

Penelitian Proboyo dan Soedarsono (2015) yang berjudul "Influential Factors in Choosing Higher Education Institution: A Case Study of Private University in Surabaya". Penelitian Proboyo dan Soedarsono (2015) bertujuan untuk untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi siswa sekolah menengah dalam memilih institusi pendidikan tinggi mereka. Survei dilakukan pada 426 orang responden, Analisis dilakukan menggunakan statistik deskriptif. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa minat siswa, kemampuan untuk mengikuti kuliah, dan saran orang tua adalah tiga faktor penting teratas yang memengaruhi siswa sekolah menengah dalam memilih institusi pendidikan tinggi mereka. Untuk faktor-

faktor atribut institusi, reputasi dan nilai-nilai lembaga serta keberhasilan alumninya adalah tiga faktor teratas yang mempengaruhi keputusan dalam memilih institusi pendidikan tinggi.

Penelitian Proboyo dan Soedarsono (2015) dan penelitian ini memiliki persamaan dan juga perbedaan. Persamaan antara penelitian Proboyo dan Soedarsono (2015) dengan penelitian ini adalah pada definisi operasional variabel dan metode analisisnya sedangkan perbedaan antara penelitian Proboyo dan Soedarsono (2015) dengan penelitian ini adalah pada variabelnya.

10. Penelitian Tirumalai *et al* (2017)

Penelitian Tirumalai *et al* (2017) yang berjudul "Factors that Influence Undergraduate Students' Choice of a University: A Case of Botho University in Botswana". Penelitian Tirumalai *et al* (2017) bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor yang dipertimbangkan siswa ketika memilih universitas, dengan menggunakan Universitas Botho sebagai studi kasus. Sampel sebanyak 300 orang responden, data di analisa dengan metode analisis statistik deskripti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor: Program akademik yang ditawarkan, Citra dan reputasi lembaga, Periklanan, Pameran karier, Kualitas staf, Prospek kerja lulusan dari lembaga, memiliki pengaruh yang sangat tinggi pada keputusan oleh siswa untuk memilih Universitas Botho. Faktor-faktor seperti: biaya kuliah, peluang mendapat beasiswa dan kunjungan Perguruan Tinggi tidak berpengaruh signifikan.

Penelitian Tirumalai *et al* (2017) dan penelitian ini memiliki persamaan dan juga perbedaan. Persamaan antara penelitian Tirumalai *et al* (2017) dengan penelitian ini adalah pada definisi operasional variabel dan metode analisisnya sedangkan perbedaan antara penelitian Tirumalai *et al* (2017) dengan penelitian ini adalah pada variabelnya.

Berikut adalah mapping ringkasan penelitian terdahulu yang ditunjukkan pada tabel 2:

Tabel 2. Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Tujuan	Jenis Penelitian	Sampel	Variabel	Metode Analisis	Hasil
1.	Soedijati dan Pratminingsih (2011)	"The Impacts of Marketing Mix on Student Choice of University (Study Case of Private University in Bandung, Indonesia)"	Mengetahui pengaruh *marketing mix* terhadap *student choice* mahasiswa dalam memilih institusi pendidikan tinggi	Penelitian Kuantitatif	300 orang responden mahasiswa Universitas Widyatama Bandung	*Program, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence.* *Student choice*	Analisis korelasi	*Marketing mix* memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap *student choice* mahasiswa dalam memilih universitas
2.	Samani *et al.* (2017)	"Investigating the Role of Marketing Mix Elements (7Ps) and Strategic Planning in Development of Iranian English Language Departments"	Mengetahui elemen *marketing mix* (7Ps) yang paling penting bagi mahasiswa	Penelitian Kuantitatif	70 orang responden dari 3 universitas terbesar di Iran	*Promotion, Price, People, Process, Program, Place, Physical facilities.*	Analisis SWOT IFE (*internal factor* evaluation) *matrix* EFE (*external factor evaluation*) *matrix*	*Promotion* merupakan elemen paling utama (*mean*=21.5) dan *Physical facilities* sebagai elemen yang paling terakhir (*mean*=7.5)

Universitas Brawijaya

Lanjutan Tabel 2. Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Tujuan	Jenis Penelitian	Sampel	Variabel	Metode Analisis	Hasil
3.	Seehanate (2017)	"The Marketing Factors Affecting Student's Decision of Choosing Higher Education Institution in South-Northeastern Region"	Menguji faktor pemasaran yang mempengaruhi perilaku siswa dalam pengambilan keputusan dalam memilih institusi pendidikan tinggi	Penelitian Kuantitatif	454 orang responden di 7 provinsi di Negara Thailand	*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence.* *Students decision*	Analisis statistik deskriptif Analisis inferensial	*Product, price, place, people* dan *physical evidence* memiliki hubungan dengan seleksi institusi (signifikansi=0.05), *promotion* dapat dikaitkan dengan seleksi institusi (signifikansi=0.10), sedangkan *process* tidak memiliki hubungan dengan seleksi institusi
4.	Anwari (2017)	"Marketing Mix Analysis on Decision Making to Study in the Continuing Higher Education (STIKES	Mengetahui pengaruh aspek-aspek *marketing mix* terhadap keputusan mahasiswa untuk melanjutkan studi di STIKES RS.	Penelitian Kuantitatif	57 orang responden mahasiswa STIKES RS	*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical evidence, Process.*	Analisis deskriptif Regresi linear berganda	*Product, price, place, promotion* dan *physical evidence* memiliki pengaruh yang signifikan *decision making* pemilihan

Lanjutan Tabel 2. Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul	Tujuan	Jenis Penelitian	Sampel	Variabel	Metode Analisis	Hasil
		Anwar Medika Hospital Sidoarjo)"				*Decision making.*		STIKES RS. Anwar Medika, sedangkan *people* serta *process* tidak berpengaruh signifikan
5.	Muhyidin (2015)	"Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Barat"	Mengetahui pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) jasa pendidikan terhadap keputusan para mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta di jawa barat.	Penelitian Kuantitatif	341 orang responden mahasiswa baru yang aktif kuliah	*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence.* Keputusan pemilihan.	Analisis statistik korelasional Regresi linear berganda	Harga (*price*), promosi (*promotion*), dan orang (*people*) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa, produk (*product*), lokasi (*place*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa

Lanjutan Tabel 2. Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Tujuan	Jenis Penelitian	Sampel	Variabel	Metode Analisis	Hasil
6.	Starck and Zadeh (2013)	"Marketing within higher education institutions - A case study of two private Thai universities"	Menggambarkan dan menganalisis pendekatan pemasaran apa yang digunakan lembaga pendidikan tinggi swasta Thailand (HEIs) untuk menarik pendaftaran siswa asing	Penelitian Kuantitatif -Kualitatif	26 orang responden dari Bangkok University International College (BUIC), 26 orang responden dari Webster University (WU)	*Place, Promotion, People, Process, IT, Image &reputation.*	*Single-case analysis* *Cross-case analysis*	Bangkok University International College (BUIC) harus memperbaiki Sumber Daya Manusia (SDM) dan interaksi selama proses pendaftaran, sedangkan Webster University (WU) harus fokus dalam penyediaan perangkat TI dan memperbaiki kesalahan manajemen mereka karena terkait dengan citra dan reputasi

Lanjutan Tabel 2. Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Tujuan	Jenis Penelitian	Sampel	Variabel	Metode Analisis	Hasil
7.	Ivy (2008)	"A new higher education marketing mix: the 7Ps for MBA marketing"	Menyajikan *marketing mix* baru berdasarkan sikap siswa MBA dan pendapat mereka mengenai inisiatif pemasaran sekolah bisnis di Afrika Selatan	Penelitian Kuantitatif	500 orang responden mahasiswa program MBA di Afrika Selatan	*Price, Programme, People, Prominence (physical evidence), Promotion, Premiums, Prospectus.*	Analisis faktor	Penggunaan *marketing mix* 4P, 5P, ataupun 7P mungkin bukan cara terbaik dalam pemasaran program MBA di Afrika Selatan
8.	Agrey and Lampadan (2014)	"Determinant Factors Contributing to Student Choice in Selecting a University"	Penelitian ini meninjau berbagai elemen yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan pilihan universitas pada siswa SMA senior di Thailand tengah.	Penelitian Kuantitatif	261 orang responden di Thailand tengah	*Support Systems, Learning Environment and Job Prospects, Sporting Facilities, Student Life and Activities, Safe and Friendly Environment.* *Student choice.*	Analisis faktor	Siswa SMA menggunakan berbagai faktor dalam membuat pilihan akhir universitas mereka, dengan lima variabel kriteria yang memberikan dampak signifikan pada keputusan pemilihan universitas

Lanjutan Tabel 2. Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul	Tujuan	Jenis Penelitian	Sampel	Variabel	Metode Analisis	Hasil
9.	Proboyo dan Soedarsono (2005)	"Influential Factors in Choosing Higher Education Institution : A Case Study Of A Private University In Surabaya"	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi siswa sekolah menengah dalam memilih institusi pendidikan tinggi mereka.	Penelitian Kuantitatif	426 responden di Surabaya	*Influential factors related to student characteristics as well as external influences, and Influential factors related to the attributes of the institutions.* *Student Decision*	statistik deskriptif	Minat siswa, kemampuan untuk mengikuti kuliah, dan saran orang tua adalah tiga faktor penting teratas yang mempengaruhi siswa sekolah menengah dalam memilih institusi pendidikan tinggi mereka. Sedangkan untuk atribut institusi, reputasi dan nilai-nilai lembaga serta keberhasilan alumninya adalah tiga faktor teratas yang mempengaruhi keputusan dalam memilih institusi pendidikan tinggi.

Lanjutan Tabel 2. Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	*Penulis*	*Judul*	*Tujuan*		*Sampel*	*Variabel*	*Metode Analisis*	*Hasil*
10.	Tirumalai *et al* (2017)	"Factors that Influence Undergraduate Students' Choicebof a University: A Case of Botho University in Botswana"	Untuk menyelidiki faktor-faktor yang dipertimbangkan siswa ketika memilih universitas, dengan menggunakan Universitas Botho sebagai studi kasus	Penelitian Kuantitatif	300 mahasiswa Botho University	*Location of the institution, Academic programmes offered, Image and reputation of the institution, Quality of staff, Quality of educational facilities, Tuition fees, Possibility of getting a scholarship, Prospects of employment of graduates.* *Student choice*	Statistik deskriptif	Faktor-faktor akademik program yang ditawarkan, citra dan reputasi lembaga, periklanan, pameran karier, kualitas staf, prospek kerja lulusan dari lembaga, memiliki pengaruh yang sangat tinggi pada keputusan oleh siswa untuk memilih Universitas Botho Faktor-faktor seperti : biaya kuliah, peluang mendapat beasiswa dan kunjungan Perguruan Tinggi tidak berpengaruh signifikan.

B. Kajian Teoritis

1. Bauran Pemasaran dalam Pendidikan Tinggi

Pengembangan strategi pemasaran pendidikan tinggi melibatkan koordinasi dan kombinasi elemen-elemen bauran pemasaran (Hawkins *et al*, 2001; Kotler dan Fox, 1995: 8, 185-186; Ivy, 2008), kombinasi dan koordinasi elemen-elemen dalam bauran pemasaran diperlukan untuk memungkinkan organisasi memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan nilai yang diperlukan konsumen. Bauran pemasaran tradisional terdiri dari unsur-unsur: Produk, Harga, Promosi, Tempat (Kotler dan Fox, 1995: 8, 185-186). Bauran pemasaran untuk lembaga pendidikan adalah bauran pemasaran dengan konsep 7P, yaitu 4 P tradisional yang terdiri terdiri atas Program (*Program*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*) dan 3 P dalam pemasaran jasa yang terdiri atas Sumber Daya Manusia (*People*), Proses (*Process*) dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*). Pendidikan tinggi sendiri memiliki semua karakteristik industri jasa, yaitu:

a) Pelanggan tidak mendapatkan kepemilikan, konsumen biasanya hanya mendapatkan nilai dari layanan tanpa mendapatkan kepemilikan elemen berwujud apa pun

b) Produk layanan adalah pertunjukan yang tidak berwujud *(intangible*) dan mengacu pada sesuatu yang dialami dan tidak bisa disentuh atau dilestarikan.

c) Keterlibatan konsumen dalam proses produksi, konsumen akan sering terlibat aktif dalam membantu membuat produk layanan dengan cara

membantu diri mereka sendiri atau bekerja sama dengan personel layanan

d) Manusia sebagai bagian dari produk layanan, mengingat kenyataan bahwa personel yang melayani akan berbeda-beda dalam memberikan layanan kepada konsumen, sehingga sulit untuk mencapai keseragaman dalam penyampaian pelayanan.

e) Pentingnya waktu, konsumen harus hadir secara fisik untuk menerima layanan.

f) Layanan mudah rusak dan tidak dapat disimpan seperti produk fisik.

Sebagai sebuah layanan, pemasaran pendidikan tinggi cukup berbeda dari pemasaran produk dan membutuhkan elemen bauran pemasaran yang berbeda. Kotler dan Fox (1995: 8) telah mengembangkan versi bauran pemasaran yang dirancang khusus bagi lembaga pendidikan, untuk mengatasi keterbatasan yang ditemukan dalam bauran pemasaran untuk produk barang. Bauran pemasaran untuk lembaga pendidikan dapat dijelaskan sebagai berikut.

a. Program *(Program)*

Elemen pertama dalam bauran pemasaran adalah program, merupakan keputusan produk paling dasar yang harus dibuat oleh lembaga pendidikan tinggi. Pengembangan program yang memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen adalah aktivitas pemasaran yang kritis untuk institusi pendidikan (Kotler dan Fox, 1995: 277). Di

perguruan tinggi terdapat tiga kegiatan utama sebagai layanan yang ditawarkan, yaitu: pengajaran, penelitian dan pengabdian masyarakat.

Pendidikan tinggi harus mengevaluasi program akademiknya dan layanannya secara berkala, khususnya ketika sedang mempertimbangkan modifikasi atau perubahan. Kualitas layanan lembaga pendidikan tinggi menjadi penting sebagai pemicu kepuasan konsumen, walupun setiap pemangku kepentingan dalam lembaga pendidikan tinggi memiliki pandangan berbeda tentang kualitas layanan (Soedijati dan Pratminingsih, 2011).

b. Harga (*Price*)

Harga adalah jumlah uang (atau barang lain yang ditukar atau dibarter) yang ditukar pembeli dengan layanan yang diberikan oleh penjual (Kotler *and* Armstrong, 2006: 63). Dalam pendidikan tinggi, harga biasanya terkait dengan biaya kuliah yang ditawarkan. Harga memiliki pengaruh besar pada strategi pemasaran karena sebagian besar siswa dan juga orang tua mereka akan mengkhawatirkan implikasi keuangan sebagai mahasiswa dari sebuah universitas. Menurut Kotler dan Fox (1995: 311) biaya untuk mahasiswa, terdiri dari biaya secara keuangan, serta biaya-biaya lainnya, seperti biaya untuk belajar dan berusaha, biaya psikologis dan biaya waktu.

c. Tempat (*Place*)

Elemen ketiga dari bauran pemasaran dalam pendidikan tinggi adalah tempat atau distribusi. Model tipikal untuk penyampaian layanan

pendidikan adalah dengan hadir di satu lokasi, di mana mahasiswa berkumpul untuk mengikuti kelas (Kotler dan Fox, 1995: 333). Elemen tempat tidak terbatas hanya pada lokasi geografis karena pengembangan teknologi informasi telah memberikan alternatif pembelajaran jarak jauh.

d. Promosi (*Promotion*)

Institusi pendidikan perlu mengkomunikasikan layanannya kepada target pasar melalui strategi promosi, strategi promosi adalah penggunaan optimal dari elemen promosi, yaitu iklan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan per orang. Elemen promosi yang dapat digunakan oleh institusi pendidikan tinggi ditentukan oleh pasar siswa potensial, promosi dapat meningkatkan pengenalan nama dan memberikan eksposur untuk universitas, kombinasi campuran promosi pendidikan tinggi terdiri dari pemasaran langsung, promosi penjualan, iklan, internet, dan sponsor. Hal yang paling penting untuk pendidikan tinggi institusi dalam mengembangkan strategi promosi adalah memahami siswa sebagai konsumen utama mereka. (Kotler *and* Fox, 1995: 372-378; Rudd *and* Mills, 2008)

e. Sumber Daya Manusia (*People*)

Elemen Sumber Daya Manusia dari bauran pemasaran pendidikan tinggi mengacu pada karyawan di universitas, yaitu semua staf pengajar dan administrasi di mana layanan disampaikan dan hubungan dengan pelanggan dibangun. Pentingnya Sumber Daya Manusia adalah fakta bahwa staf adalah yang paling faktor penting untuk

keberhasilan penyampaian layanan. Alumni universitas juga termasuk Sumber Daya Manusia, karena calon mahasiswa cenderung mencari informasi pada alumni universitas. Keterlibatan Sumber Daya Manusia langsung dalam pemasaran jasa berarti bahwa konsumen akan langsung mengevaluasi kualitas penampilan, keterampilan sosial dan keterampilan teknis Sumber Daya Manusia.

Dalam merancang strategi pemasaran, sebuah institusi direkomendasikan untuk selalu mengembangkan Sumber Daya Manusia-nya. Penampilan pribadi, sikap, dan perilaku memengaruhi persepsi konsumen tentang layanan, kesan pertama seorang siswa terhadap institusi pendidikan tinggi seringkali didasarkan pada interaksinya dengan Sumber Daya Manusia di lembaga tersebut. (Kotler and Fox, 1995: 22-23, 300-302)

f. Proses (*Process*)

Proses mengacu pada cara lembaga menjalankan bisnis dan berkaitan dengan keseluruhan sistem administrasi untuk elemen ini, dimana prosedur, mekanisme dan aliran kegiatan di mana layanan dikonsumsi adalah elemen penting dari bauran pemasaran Lembaga pendidikan tinggi perlu memastikan bahwa siswa telah memahami proses cara memperoleh layanan, proses dalam pendidikan tinggi merujuk pada kegiatan-kegiatan yang terjadi pada suatu lembaga, antara lain: proses manajemen, pendaftaran, kegiatan mengajar, belajar, sosial dan kegiatan ekstra kurikuler. (Kotler and Fox, 1995: 357-361)

g. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik merujuk pada semua benda fisik dan berwujud yang disediakan oleh lembaga pelanggan, mulai dari brosur hingga infrastruktur, bukti fisik sangat penting karena sifat tidak berwujud dari layanan yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan tinggi. Bukti fisik akan memberi kesan pertama tentang universitas dan umumnya merujuk pada kondisi bangunan dan fasilitasnya. kondisi fisik berkontribusi besar pada citra institusi. Misalnya: teknologi yang digunakan, kebersihan kamar, perpustakaan, dll. (Kotler and Fox, 1995: 342-346)

2. Keputusan Pemilihan (*Student Choice*)

Keputusan Pemilihan adalah bagian dari perilaku konsumen, yaitu bagaimana individu atau kelompok memilih, membeli dan menggunakan barang atau layanan. Ada lima langkah dalam proses pemilihan universitas: kebutuhan dan motif, pengumpulan informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan dan evaluasi paska pemilihan. (Kotler *and* Armstrong, 2006: 179-184).

Pada proses ini, staf pemasaran lembaga pendidikan tinggi harus mencoba untuk membangun komunikasi mengenai kebutuhan konsumen yang terpenuhi maupun yang tidak terpenuhi, sehingga dapat ditemukan cara untuk memenuhi kebutuhan ini. Pemasar tidak dapat menciptakan kebutuhan tetapi dapat mengaktifkan pengenalan kebutuhan deengan cara meningkatkan kesadaran akan kebutuhan konsumen yang tidak dipahami (Kotler and Armstrong, 2006:184). Setelah kebutuhan untuk belajar di

universitas telah ditemukan, calon mahasiswa kemudian akan mencari informasi untuk memenuhi kebutuhan ini, klasifikasi sumber informasi berupa sumber pribadi (keluarga, teman, guru) dan sumber non pribadi (iklan, prospektus, dan media masa). (Kotler and Fox, 1995: 8)

Selanjutnya adalah mengevaluasi universitas alternatif, proses mengevaluasi alternatif melibatkan pengurangan pilihan Siswa mengevaluasi universitas potensial berdasarkan sejumlah atribut seperti: program, biaya, fasilitas, proses, kualitas dosen dan lokasi (Hoyt *and* Brown, 2003). Langkah terakhir dalam proses pengambilan keputusan, yaitu fase paska pembelian, terdiri dari empat komponen: disonansi paska pembelian, penggunaan produk layanan, disposisi produk layanan, dan evaluasi pembelian. Kotler *and* Fox (1995: 185-186) mengemukakan bahwa masing-masing elemen bauran pemasaran memainkan peran penting sendiri dalam pemilihan institusi oleh siswa.

C. Hubungan Antar Variabel

1. Program dengan Keputusan Pemilihan

Pengembangan program yang memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen adalah aktivitas pemasaran yang kritis untuk institusi pendidikan, program merupakan keputusan produk paling dasar yang harus dibuat oleh lembaga pendidikan tinggi (Kotler dan Fox, 1995: 288-300). Penelitian Proboyo dan Soedarsono (2015) menunjukkan bahwa pada faktor-faktor yang berpengaruh terkait dengan karakteristik siswa dan pengaruh eksternal, diketahui bahwa minat siswa, kemampuan untuk mengikuti

kuliah, dan saran orang tua adalah tiga faktor penting teratas yang mempengaruhi siswa sekolah menengah dalam memilih institusi pendidikan tinggi mereka.

Penelitian Tirumalai *et al* (2017) menunjukkan bahwa faktor-faktor: program akademik yang ditawarkan, citra dan reputasi lembaga, periklanan, pameran karier, kualitas staf, prospek kerja lulusan dari lembaga, memiliki pengaruh yang sangat tinggi pada keputusan oleh siswa untuk memilih universitas.

2. Harga dengan Keputusan Pemilihan

Harga memiliki pengaruh besar pada strategi pemasaran karena sebagian besar siswa dan juga orang tua mereka akan mengkhawatirkan implikasi keuangan sebagai mahasiswa dari sebuah universitas. Menurut Kotler dan Fox (1995: 312-315) biaya untuk mahasiswa, terdiri dari biaya secara keuangan, serta biaya-biaya lainnya, seperti biaya untuk belajar dan berusaha, biaya psikologis dan biaya waktu.

Penelitian Proboyo dan Soedarsono (2015) menunjukkan bahwa biaya yang terjangkau adalah salah satu faktor yang berpengaruh terkait dengan atribut dari institusi pendidikan tinggi. Hal yang sama dikemukan oleh Soedijati dan Pratminingsih (2011) dan Anwari (2017).

3. Tempat dengan Keputusan Pemilihan

Kotler *and* Fox (1995: 333) mendefinisikan tempat atau distribusi sebagai hal yang mengacu pada ketersediaan program pendidikan untuk siswa potensial dengan cara yang paling mudah dijangkau dengan nyaman.

Model tipikal untuk penyampaian layanan pendidikan adalah dengan hadir di satu lokasi, di mana mahasiswa berkumpul untuk mengikuti kelas

Aksesibilitas Universitas yang mudah dijangkau, adalah salah satu faktor terpenting dalam pertimbangan siswa untuk memilih universitas (Proboyo dan Soedarsono, 2015; Tirumalai *et al*, 2017).

4. Promosi dengan Keputusan Pemilihan

Rudd *and* Mills (2008) berpendapat bahwa strategi promosi adalah penggunaan optimal dari elemen promosi, yaitu iklan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan per orang. Elemen promosi yang dapat digunakan oleh institusi pendidikan tinggi ditentukan oleh pasar siswa potensial, promosi dapat meningkatkan pengenalan nama dan memberikan eksposur untuk universitas, kombinasi campuran promosi pendidikan tinggi terdiri dari pemasaran langsung, promosi penjualan, iklan, internet, dan sponsor

Menurut penelitian Proboyo dan Soedarsono (2015), faktor-faktor yang berpengaruh terkait dengan karakteristik siswa dan pengaruh eksternal, terdiri dari: Minat, Kemampuan untuk mengikuti kuliah dalam program ini, Saran orang tua, Saran keluarga selain orang tua, Saran teman, Saran guru SMA, Saran dari kerabat atau teman yang mahasiswa, Inspirasi dari orang-orang sukses, Informasi dari internet dan media sosial, Promosi *online* (situs web), Promosi *offline* (brosur, pameran, dll.).

5. Sumber Daya Manusia dengan Keputusan Pemilihan

Elemen Sumber Daya Manusia dari bauran pemasaran pendidikan tinggi mengacu pada karyawan di universitas, yaitu semua staf pengajar dan

administrasi di mana layanan disampaikan dan hubungan dengan pelanggan dibangun. Pentingnya Sumber Daya Manusia adalah fakta bahwa staf adalah yang faktor terpenting untuk keberhasilan penyampaian layanan, Alumni universitas juga termasuk Sumber Daya Manusia, karena calon mahasiswa cenderung mencari informasi pada alumni universitas. Dengan demikian keterlibatan Sumber Daya Manusia langsung dalam pemasaran jasa berarti bahwa konsumen akan langsung mengevaluasi kualitas penampilan, keterampilan sosial dan keterampilan teknis Sumber Daya Manusia. (Kotler and Fox, 1995: 22-23; 300-302)

Penelitian Proboyo dan Soedarsono (2015) menunjukkan bahwa pada faktor-faktor yang berpengaruh terkait dengan atribut dari institusi pendidikan tinggi, reputasi dan nilai-nilai lembaga serta keberhasilan alumninya adalah tiga faktor teratas yang mempengaruhi keputusan dalam memilih institusi pendidikan tinggi. Kualitas staff berpengaruh pada keputusan dalam memilih institusi pendidikan tinggi (Tirumalai *et al*, 2017).

6. Proses dengan Keputusan Pemilihan

Proses mengacu pada cara lembaga menjalankan bisnis dan ini berkaitan dengan keseluruhan sistem administrasi untuk elemen ini Prosedur, mekanisme dan aliran kegiatan di mana layanan dikonsumsi adalah elemen penting dari bauran pemasaran Lembaga pendidikan tinggi perlu memastikan bahwa siswa telah memahami proses cara memperoleh layanan, proses dalam pendidikan tinggi merujuk pada kegiatan-kegiatan yang terjadi pada suatu lembaga, antara lain: proses manajemen,

pendaftaran, kegiatan mengajar, belajar, sosial dan kegiatan ekstra kurikuler. (Kotler and Fox, 1995: 357-361)

Proboyo dan Soedarsono (2015) berpendapat bahwa faktor-faktor yang berpengaruh pada pemilihan perguruan tinggi terkait dengan atribut dari institusi pendidikan tinggi, terdiri dari: Reputasi, Nilai-nilai yang dianut, Prestasi mahasiswa, Keberhasilan alumni, Kegiatan non-akademik, Akses ke Perguruan Tinggi, Kualitas pengajar, Biaya yang terjangkau, Fasilitas fisik (bangunan, tempat parkir, ruang kelas, dll), Fasilitas pendukung (internet, lab komputer, dll), Lingkungan yang nyaman di Perguruan Tinggi dan Keamanan di area Perguruan Tinggi.

7. Bukti Fisik dengan Keputusan Pemilihan

Bukti fisik merujuk pada semua benda fisik dan berwujud yang disediakan oleh lembaga pelanggan, mulai dari brosur hingga infrastruktur, bukti fisik sangat penting karena sifat tidak berwujud dari layanan yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan, bukti fisik akan memberi kesan pertama tentang universitas dan umumnya merujuk pada kondisi bangunan dan fasilitasnya. kondisi fisik berkontribusi besar pada citra institusi. Misalnya: teknologi yang digunakan, kebersihan kamar, perpustakaan, dll. (Kotler and Fox, 1995: 342-346)

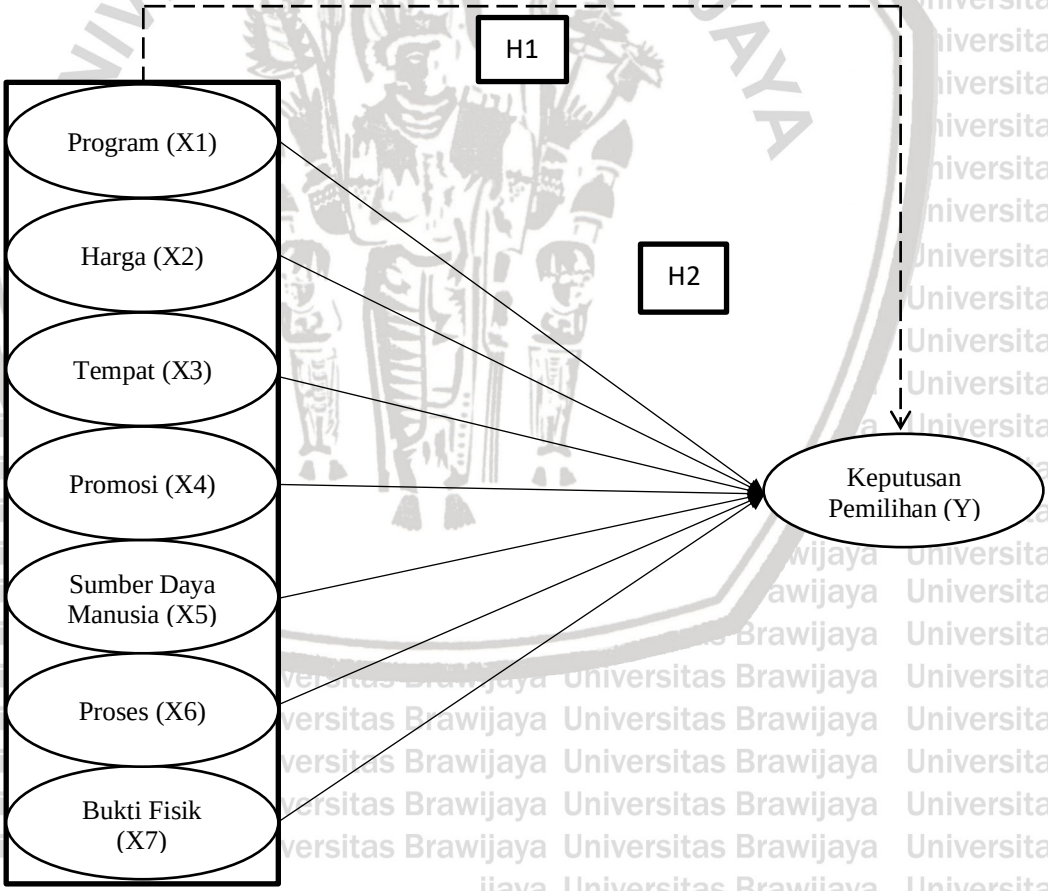
Fasilitas fisik (bangunan, tempat parkir, ruang kelas, dll), Fasilitas pendukung (internet, lab komputer, dll), Lingkungan yang nyaman di Perguruan Tinggi dan Keamanan di area Perguruan Tinggi merupakan faktor-faktor yang berpengaruh pada pemilihan perguruan tinggi yang

terkait dengan atribut dari institusi pendidikan tinggi (Proboyo dan Soedarsono, 2015).

Lingkungan Perguruan Tinggi yang nyaman dan aman, kualitas fasilitas Perguruan Tinggi dan kualitas sumber daya Perguruan Tinggi berpengaruh pada keputusan dalam memilih institusi pendidikan tinggi (Agrey dan Lampadan, 2014).

D. Model Hipotesis

Berdasarkan uraian di atas, maka pada penelitian ini ditetapkan model hipotesis sesuai dengan Gambar 1, sebagai berikut:



Gambar 1. Model Hipotesis

Sumber: Data diolah (2019)

Keterangan gambar :

H_1 - - - - - - - - - - → = Pengaruh Simultan

H_2 ——————→ = Pengaruh Parsial

Berdasarkan gambar 1 di atas, maka hipotesis yang dikembangkan dan diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H1: Program (X1), Harga (X2), Tempat (X3), Promosi (X4), Sumber Daya Manusia (X5), Proses (X6), dan Bukti Fisik (X7) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pemilihan (Y)
2. H2: Program (X1), Harga (X2), Tempat (X3), Promosi (X4), Sumber Daya Manusia (X5), Proses (X6), dan Bukti Fisik (X7) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pemilihan (Y)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang berlandaskan pada filsafat positifisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan intrumen penelitian dan analisis data yang bersifat kuantitatif atau menggunakan metode statistika dengan tujuan untuk pengujian hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012: 8).

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitik, yaitu metode yang memusatkan perhatian pada pemecahan masalah-masalah yang ada dengan cara menyusun data-data yang telah terkumpul, menjelaskan, menganalisis, dan menyimpulkan dengan didukung oleh teori-teori yang ada dari hasil penelitian terdahulu (Surakhmad, 2004: 131-135).

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang berlokasi di Jalan MT. Haryono No. 163, Ketawanggede, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Pemilihan lokasi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya berdasarkan pertimbangan untuk penentuan sampel yang representatif, terdapat beberapa faktor yang harus dipertimbangkan, (Bungin, 2005: 129-152) yaitu :

a) Derajat keseragaman (*degree of homogenity*) populasi. Populasi yang homogen cenderung memudahkan penarikan sampel, sampai pada menentukan besar kecil ukuran sampel yang dibutuhkan. Semakin

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

homogen populasi, maka semakin besar kemungkinan penggunaan sampel dalam jumlah kecil. Pada populasi heterogen, kecenderungan menggunakan sampel, besar kemungkinan sulit dihindari, karena sampel harus dipenuhi oleh wakil-wakil unit populasi. Oleh karena itu, semakin kompleks atau semakin tinggi derajat keberagaman maka semakin besar pula sampel penelitian yang diperoleh.

b) Derajat kemampuan peneliti mengenai sifat-sifat khusus populasi. Selain mengenal derajat keberagaman populasi, peneliti juga harus mampu mengenal ciri-ciri khusus populasi yang sedang atau akan diteliti.

c) Presisi (keseksamaan) yang dikehendaki penelitian. Faktor ini merupakan kebutuhan yang muncul pada penelitian survei atau penelitian kuantitatif lainnya. Populasi penelitian yang amat besar, akan membuat derajat kemampuan peneliti dalam mengenal karakteristik populasi amat rendah. Untuk menghindari bias pada sampel, maka biasanya dilakukan jalan pintas dengan cara menambah ukuran sampel. Oleh karenanya, apabila suatu penelitian menghendaki derajat presisi yang tinggi,maka merupakan keharusan dari penelitian tersebut menggunakan menggunakan sampel dengan ukuran yang besar

C. Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

1. Variabel Penelitian

Menurut Kerlinger (2006: 49) variabel penelitian adalah konstruk atau sifat yang akan dipelajari yang memiliki nilai yang bervariasi. Variabel juga sebuah lambang atau nilai yang padanya kita letakkan sembarang nilai

atau bilangan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

a. Variabel bebas (variabel independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan timbulnya variabel terikat, sedangkan

b. Variabel Terikat (variabel dependen) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. (Kerlinger, 2006:58)

Dalam penelitian ini X sebagai variabel bebas yaitu Program (*Program*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), Sumber Daya Manusia (*People*), Proses (*Process*), Bukti Fisik (*Physical Evidences*), sedangkan Y sebagai variabel terikat yaitu Keputusan Pemilihan.

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2015: 38) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berikut definisi operasional dari variabel bebas dan terikat:

a. Program *(Program)*

Merupakan keputusan produk paling dasar yang harus dibuat oleh lembaga pendidikan tinggi. Pengembangan program yang memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen adalah aktivitas pemasaran yang kritis untuk institusi pendidikan (Kotler dan Fox, 1995:

288-300). Indikator dari program (Muhyidin, 2015; Proboyo dan Soedarsono, 2015; Tirumalai *et al*, 2017) adalah sebagai berikut:

1) Minat
2) Kemampuan akademik
3) Ketersediaan program
4) Reputasi
5) Prospek yang cerah

b. Harga *(Price)*

Jumlah uang (atau barang lain yang ditukar atau dibarter) yang ditukar pembeli dengan layanan yang diberikan oleh penjual. Dalam pendidikan tinggi, harga biasanya terkait dengan biaya kuliah yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Fox (1995: 312-315) biaya untuk mahasiswa, terdiri dari biaya secara keuangan, serta biaya-biaya lainnya, seperti biaya untuk belajar dan berusaha, biaya psikologis dan biaya waktu. Indikator dari harga (Muhyidin, 2015; Samani *et al*, 2017; Proboyo dan Soedarsono, 2015) adalah sebagai berikut:

1) Biaya kuliah yang terjangkau
2) Beasiswa
3) Biaya hidup
4) Prosedur pembayaran

c. Tempat *(Place)*

Mengacu pada ketersediaan program pendidikan untuk siswa potensial dengan cara yang paling mudah dijangkau dengan nyaman,

model tipikal untuk penyampaian layanan pendidikan adalah dengan hadir di satu lokasi, di mana mahasiswa berkumpul untuk mengikuti kelas (Kotler dan Fox, 1995: 333). Indikator dari tempat (Muhyidin, 2015; Proboyo dan Soedarsono, 2015; Tirumalai *et al*, 2017) adalah sebagai berikut:

1) Aksesibilitas Perguruan Tinggi
2) Perguruan Tinggi dekat dengan kota

d. Promosi (*Promotion*)

Institusi pendidikan perlu mengkomunikasikan layanannya kepada target pasar melalui strategi promosi, strategi promosi adalah penggunaan optimal dari elemen promosi, yaitu iklan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan per orang. Elemen promosi yang dapat digunakan oleh institusi pendidikan tinggi ditentukan oleh pasar siswa potensial, promosi dapat meningkatkan pengenalan nama dan memberikan eksposur untuk universitas, kombinasi campuran promosi pendidikan tinggi terdiri dari pemasaran langsung, promosi penjualan, iklan, internet, dan sponsor (Rudd *and* Mills, 2008). Indikator dari promosi (Muhyidin, 2015; Proboyo dan Soedarsono, 2015) adalah sebagai berikut:

1) Saran orang tua
2) Saran saudara
3) Saran teman
4) Saran guru

5) Informasi dari sosial media

6) Promosi *online*

7) Promosi *offline*

e. Sumber Daya Manusia (*People*)

Mengacu pada karyawan di universitas yaitu semua staf pengajar dan administrasi di mana layanan disampaikan dan hubungan dengan pelanggan dibangun, keterlibatan Sumber Daya Manusia secara langsung dalam pemasaran jasa berarti bahwa konsumen akan langsung mengevaluasi kualitas penampilan, keterampilan sosial dan keterampilan teknis Sumber Daya Manusia. (Kotler and Fox, 1995: 22-23, 300-302) Indikator dari sumber daya manusia (Soedijati dan Pratminingsih, 2011; Proboyo dan Soedarsono, 2015; Tirumalai *et al*, 2017) adalah sebagai berikut:

1) Prestasi mahasiswa

2) Alumni yang sukses

3) Kualitas pengajar

f. Proses (*Process*)

Mengacu pada cara lembaga menjalankan bisnis dan berkaitan langsung dengan keseluruhan sistem administrasi untuk elemen ini, dimana prosedur, mekanisme dan aliran kegiatan di mana layanan dikonsumsi adalah elemen penting dari bauran pemasaran. (Kotler and Fox, 1995: 357-361). Indikator dari proses (Soedijati dan Pratminingsih, 2011; Proboyo dan Soedarsono, 2015) adalah sebagai berikut:

1) Kualitas pengajaran
2) Kegiatan ekstrakulikuler
3) Administrasi.

g. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Merujuk pada semua benda fisik dan berwujud yang disediakan oleh lembaga pelanggan, mulai dari brosur hingga infrastruktur, bukti fisik sangat penting karena sifat tidak berwujud dari layanan yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan tinggi, bukti fisik akan memberi kesan pertama tentang universitas dan umumnya merujuk pada kondisi bangunan dan fasilitasnya. (Kotler and Fox, 1995: 342-346). Indikator dari fasilitas dan bukti fisik (Muhyidin 2015; Proboyo dan Soedarsono, 2015; Agrey dan Lampadan, 2014) adalah sebagai berikut:

1) Fasilitas gedung
2) Fasilitas pendukung (internet, lab, dll)
3) Lingkungan yang nyaman
4) Lingkungan yang aman

h. Keputusan Pemilihan (*student choice*)

Keputusan mahasiswa (*Student choice*) merupakan bagian dari perilaku konsumen, yaitu bagaimana individu atau kelompok memilih, membeli dan menggunakan barang atau layanan (Kotler and Armstrong, 2006: 179-184). Indikator dari keputusan mahasiswa sebagai berikut:

1) Kebutuhan dan motif
2) Informasi

3) Evaluasi alternatif

4) Pengambilan keputusan

5) Evaluasi paska pemilihan

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini sebagai dasar dalam penyusunan kuesioner secara rinci diuraikan pada Tabel 3. berikut ini:

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Tabel 3. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	*Item*	Sumber
Program (X1)	Minat ($X_{1.1}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena Saya berminat menjadi mahasiswa Universitas Brawijaya	Kotler *and* Fox, 1995 Muhyidin, 2015 Proboyo dan Soedarsono, 2015 Tirumalai *et al*, 2017
	Kemampuan akademik ($X_{1.2}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena kemampuan akademik Saya memadai untuk menjadi mahasiswa Universitas Brawijaya	
	Ketersediaan program ($X_{1.3}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena program studi yang saya minati hanya ada di Universitas Brawijaya	
	Reputasi ($X_{1.4}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena Universitas Brawijaya memiliki reputasi yang baik	
	Prospek yang cerah ($X_{1.5}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena lulusan Universitas Brawijaya banyak diterima di perusahaan ternama	
Harga (X2)	Biaya kuliah yang terjangkau ($X_{2.1}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena biaya kuliah yang terjangkau	Kotler *and* Fox, 1995 Muhyidin, 2015 Samani *et al*, 2017 Proboyo dan Soedarsono, 2015
	Beasiswa ($X_{2.2}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena tersedia beasiswa di Universitas Brawijaya	
	Biaya hidup ($X_{2.3}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena biaya hidup yang terjangkau	
	Prosedur pembayaran ($X_{2.4}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena Prosedur pembayaran yang mudah	

Lanjutan Tabel 3. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	*Item*	Sumber
Tempat (X3)	Aksesibilitas Perguruan Tinggi ($X_{3.1}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena Universitas Brawijaya mudah diakses	Kotler *and* Fox, 1995 Muhyidin, 2015 Proboyo dan Sudarsono, 2005 Tirumalai et al, 2017
	Perguruan Tinggi dekat dengan kota ($X_{3.2}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena Universitas Brawijaya dekat dengan pusat kota	
Promosi (X4)	Saran orang tua ($X_{4.1}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya atas dasar saran orang tua	Ruud *and* Mills, 2008 Muhyidin, 2015 Proboyo dan Soedarsono, 2015
	Saran saudara ($X_{4.2}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya atas dasar saran saudara	
	Saran teman ($X_{4.3}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya atas dasar saran teman	
	Saran guru Sekolah ($X_{4.4}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya atas dasar saran guru Sekolah	
	Informasi dari sosial media ($X_{4.5}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya atas dasar informasi dari sosial media	
	Promosi *online* ($X_{4.6}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya atas dasar promosi di internet	
	Promosi *offline* ($X_{4.7}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya atas dasar promosi *offline* (brosur, leaflet, dll)	
Sumber Daya Manusia (X5)	Prestasi mahasiswa ($X_{5.1}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena prestasi mahasiswanya	Kotler *and* Fox, 1995 Soedijati dan Pratminingsih, 2011 Proboyo dan Soedarsono, 2015 Tirumalai *et al*, 2017
	Alumni yang sukses ($X_{5.2}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena alumninya yang sukses	
	Kualitas pengajar ($X_{5.3}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena kualitas pengajarnya yang unggul	

Lanjutan Tabel 3. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	*Item*	Sumber
Proses (X6)	Kualitas pengajaran ($X_{6.1}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena kualitas pengajarannya yang unggul	Kotler *and* Fox, 1995 Soedijati dan Pratminingsih, 2011 Proboyo dan Soedarsono, 2015
	Kegiatan ekstra kurikuler ($X_{6.2}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena kegiatan ekstra kurikuler yang beragam	
	Administrasi ($X_{6.3}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena proses administrasi yang mudah	
Bukti Fisik (X7)	Fasilitas gedung ($X_{7.1}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena fasilitas gedungnya	Kotler *and* Fox, 1995 Muhyidin 2015 Proboyo dan Soedarsono, 2015 Agrey *and* Lampadan, 2014
	Fasilitas pendukung (internet, lab dll) ($X_{7.2}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena fasilitas pendukungnya (internet, lab dll)	
	Lingkungan Perguruan Tinggi nyaman ($X_{7.3}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena lingkungan yang nyaman	
	Perguruan Tinggi yang aman ($X_{7.4}$)	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena lingkungan yang aman	
Keputusan Pemilihan (Y)	Kebutuhan dan motif (Y1)	Saya memutuskan kuliah di Universitas Brawijaya untuk masa depan yang lebih baik	Kotler *and* Armstrong, 2006
	Kesesuaian informasi (Y2)	Situasi perkuliahan di Universitas Brawijaya sesuai dengan informasi yang saya dapat sebelumnya	
	Evaluasi alternatif (Y3)	Universitas Brawijaya adalah pilihan terbaik untuk saya dibandingkan Perguruan Tinggi lain	
	Pengambilan keputusan (Y4)	Saya merasa keputusan saya memilih Universitas Brawijaya sudah tepat	
	Evaluasi paska pemilihan (Y5)	Saya merasa puas dengan pilihan saya menjadi mahasiswa Universitas Brawijaya	

Sumber: Disesuaikan berdasarkan beberapa penelitian terdahulu (2019)

3. Skala pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner adalah skala Likert. Menurut Sugiyono (2012: 94) dan Sekaran *and* Bougie (2010: 152), skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala pengukuran skor yang ditetapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Skala Likert

No.	Pilihan Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sekaran and Bougie (2010: 152)

D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seperangkat unit analisis yang lengkap yang sedang diteliti (Sarwono, 2006: 111). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Malang, yang tercatat sebagai mahasiswa aktif pada periode Semester Ganjil 2019/2020. Berdasarkan data dari Sub-Bag Akademik Fakultas Ilmu Administrasi (Sub-Bagian Akademik FIA) per September 2019, diketahui bahwa jumlah mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi aktif adalah 4.921 orang mahasiswa.

Dalam penelitian ini karakteristik populasi diperlukan untuk mendapatkan hasil yang representatif, sehingga kriteria populasi telah ditentukan sebagai berikut:

1) Mahasiswa Aktif Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
2) Mahasiswa Aktif Jurusan Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari seperangkat elemen yang dipilih unutk dipelajari (Sarwono, 2006: 111). Berdasarkan data dari Sub-Bag Akademik Fakultas Ilmu Administrasi (Sub-Bagian Akademik FIA) per 12 September 2019, diketahui jumlah mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi aktif adalah 4.921 orang mahasiswa, sehingga untuk menghitung besarnya sampel digunakan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 90%. Dengan rumus sebagai berikut:

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Sumber: Ariola (2006: 140)

Sehingga:

$n = 4.921 / (1 + 4.921 \times 0{,}1^2)$

$n = 4.921 / (1 + 4.921 \times 0{,}01)$

$n = 4.921 / 50{,}21$

$n = 98{,}01$ dibulatkan menjadi 98 sampel minimal.

Keterangan:
n = Sampel
N = Populasi
e = Tingkat kesalahan

Sekaran *and* Bougie (2010: 268) menyatakan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan besaran jumlah sampel, adalah (1) Tujuan penelitian, (2) Interval kepercayaan, (3)Tingkat kepercayaan, (4) Jumlah variasi dalam populasi, (5) Hambatan waktu dan biaya, (6) Besaran populasi. Pada dasarnya semakin besar sampel akan semakin meningkatkan sensitifitas penelitian, oleh karena itu pada penelitian ini diputuskan untuk mengambil sampel sejumlah 118 orang responden, atau 20 orang responden di atas perhitungan Slovin.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probabilty sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. *Non-probability sampling* menurut Kuntjojo (2009: 32) adalah teknik pengambilan sampel yang ditemukan atau ditentukan sendiri oleh peneliti atau menurut pertimbangan pakar. *Purposive sampling* adalah metode dengan cara menentukan responden berdasarkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan konteks penelitian (Sugiyono, 2012: 117).

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

a. Data primer

Data primer adalah data yang langsung dan sengaja diperoleh dari sumber data oleh penyelidik untuk tujuan yang khusus (Surakhmad, 2004: 38). Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari responden secara langsung dengan memberikan pertanyaan secara terstruktur pada alat bantu observasi, kuisioner dan dokumentasi.

b. Data sekunder

Data sekunder menurut Hasan (2002: 82) adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Adapun data sekunder dari penelitian ini adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer, misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram, serta diperoleh dari pihak lain yang bersifat saling melengkapi dengan data primer, bahan-bahan kepustakaan yang terkait dengan judul penelitian.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan melakukan survei dengan menggunakan kuesioner *offline*, yang dibagikan kepada responden. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 2006: 151). Metode pengumpulan data dengan menggunakan survei secara langsung memiliki beberapa keuntungan, sebab dengan menyebarkan

kuesioner secara langsung peneliti perlu menemui atau melakukan tatap muka secara langsung dengan responden. Survei langsung dapat meminimalisir kemungkinan pemalsuan data dan lain sebagainya. Metode ini dilakukan dengan menyebar kuesioner secara langsung yang telah disiapkan kepada responden yang telah memenuhi kriteria yaitu mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Data yang telah terkumpul melalui kuesioner diolah ke dalam bentuk kuantitatif, yaitu dengan cara menetapkan skor jawaban dari pertanyaan yang telah dijawab oleh responden, pemberian skor tersebut mengikuti skala Likert pada Tabel 4 di atas.

3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk merekam keadaan dan aktivitas atribut-atribut psikologis. (Suryabrata, 2008: 52). Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 2006: 151).

F. Uji Instrumen

Seluruh uji instrumen dalam penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS, dengan metode uji instrumen sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Priyatno (2016: 51) mengatakan bahwa validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur. Suatu kuesioner

dinyatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner tersebut mampu mengungkap sesuatu yang diteliti melalui kuesioner tersebut, sehingga uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Penelitian ini melakukan uji validitas untuk menguji instrument penelitian. Pengujian dilakukan dengan mengajukan butir-butir pertanyaan kuesioner yang kemudian diberikan kepada responden. Setelah mendapatkan data dari responden kemudian dilakukan uji *construct validity* dengan menggunakan Pearson *Product Moment Correlation* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\mathbf{n}\sum \mathbf{xy} - (\sum \mathbf{x})(\sum \mathbf{y})}{\sqrt{\{\mathbf{n}\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Sumber: Arikunto (2006: 170)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi
n = Jumlah responen (sampel)
x = Skor setiap responden untuk setiap *item* pertanyaan atau pernyataan
y = Skor setiap responden untuk setiap *item* pertanyaan atau pernyataan

Uji Validitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan dalam kuesioner penelitian (Sujarweni, 2014: 192), dengan metode pengambilan keputusan sebagai berikut:

a) Bila nilai *Sig. (2-tailed)* < 0,05 dan nilai Pearson *Correlation* bernilai positif, maka *item* pertanyaan survei adalah valid.

b) Bila nilai *Sig. (2-tailed)* < 0,05 dan nilai Pearson *Correlation* bernilai negatif, maka *item* pertanyaan survei adalah tidak valid.

c) Bila nilai *Sig. (2-tailed)* > 0,05 maka *item* pertanyaan survei adalah tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran *and* Bougie (2010: 324-326) reliabilitas suatu pengukuran menunjukan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias atau tanpa kesalahan di mana hal tersebut menjamin konsistensi pengukuran di sepanjang waktu serta di berbagai poin pada instrumen tersebut. Priyatno (2016: 154) mendefinisikan uji reliabilitas sebagai ukuran tingkat keandalan kuesioner yang menggambarkan indikator masing-masing variabel, dan sangat tepat dilakukan jika menggunakan metode Cronbach's *Alpha*. Perhitungan Cronbach's *Alpha* dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 24.0.

Menurut Sayuti dalam Sujianto (2009: 97), kuesioner dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,6. Untuk menentukan besarnya koefisien *Alpha*, maka digunakan ukuran kemantapan alpha yang diinterprestasikan sebagai berikut:

1. Nilai *Alpha* Cronbach's 0,00 sampai dengan 0,20 berarti kurang reliabel.
2. Nilai *Alpha* Cronbach's 0,21 sampai dengan 0,40 berarti agak reliabel.
3. Nilai *Alpha* Cronbach's 0,41 sampai dengan 0,60 berarti cukup reliabel.
4. Nilai *Alpha* Cronbach's 0,61 sampai dengan 0,80 berarti reliabel.
5. Nilai *Alpha* Cronbach's 0,80 sampai dengan 1,00 berarti sangat reliabel.

3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Keluaran hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas dengan SPSS versi 24 pada pilot sampel (N=30) disajikan pada Lampiran 4 dengan tabel rekapitulasi hasil sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Validitas (N=30)

Variabel	*Item*	Pearson *Correlation*	r tabel	Keterangan
Program (X1)	X1.1	0,761	0,361	Valid
	X1.2	0,578	0,361	Valid
	X1.3	0,599	0,361	Valid
	X1.4	0,571	0,361	Valid
	X1.5	0,663	0,361	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,701	0,361	Valid
	X2.2	0,636	0,361	Valid
	X2.3	0,644	0,361	Valid
	X2.4	0,742	0,361	Valid
Tempat (X3)	X3.1	0,874	0,361	Valid
	X3.2	0,908	0,361	Valid
Promosi (X4)	X4.1	0,595	0,361	Valid
	X4.2	0,715	0,361	Valid
	X4.3	0,557	0,361	Valid
	X4.4	0,440	0,361	Valid
	X4.5	0,620	0,361	Valid
	X4.6	0,527	0,361	Valid
	X4.7	0,528	0,361	Valid
Sumber Daya Manusia (X5)	X5.1	0,848	0,361	Valid
	X5.2	0,685	0,361	Valid
	X5.3	0,821	0,361	Valid
Proses (X6)	X6.1	0,835	0,361	Valid
	X6.2	0,587	0,361	Valid
	X6.3	0,758	0,361	Valid
Bukti Fisik (X7)	X7.1	0,859	0,361	Valid
	X7.2	0,688	0,361	Valid
	X7.3	0,777	0,361	Valid
	X7.4	0,787	0,361	Valid
Keputusan Pemilihan (Y)	Y1.1	0,569	0,361	Valid
	Y1.2	0,546	0,361	Valid
	Y1.3	0,875	0,361	Valid
	Y1.4	0,831	0,361	Valid
	Y1.5	0,799	0,361	Valid

Sumber: Lampiran 4

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas (N=30)

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Program (X1)	0,622	Reliabel
Harga (X2)	0,603	Reliabel
Tempat (X3)	0,736	Reliabel
Promosi (X4)	0,648	Reliabel
Sumber Daya Manusia (X5)	0,694	Reliabel
Proses (X6)	0,530	Reliabel
Bukti Fisik (X7)	0,780	Reliabel
Keputusan Pemilihan (Y)	0,788	Reliabel

Sumber: Lampiran 4

Keluaran hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas dengan SPSS versi 24 pada keseluruhan sampel (n=118) disajikan pada Lampiran 5, dengan tabel rekapitulasi hasil sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Validitas (N=118)

Variabel	*Item*	Pearson *Correlation*	r tabel	Keterangan
Program (X1)	X1.1	0,664	0,181	Valid
	X1.2	0,631	0,181	Valid
	X1.3	0,708	0,181	Valid
	X1.4	0,662	0,181	Valid
	X1.5	0,691	0,181	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,749	0,181	Valid
	X2.2	0,673	0,181	Valid
	X2.3	0,684	0,181	Valid
	X2.4	0,733	0,181	Valid
Tempat (X3)	X3.1	0,901	0,181	Valid
	X3.2	0,924	0,181	Valid
Promosi (X4)	X4.1	0,517	0,181	Valid
	X4.2	0,555	0,181	Valid
	X4.3	0,558	0,181	Valid
	X4.4	0,533	0,181	Valid
	X4.5	0,540	0,181	Valid
	X4.6	0,612	0,181	Valid
	X4.7	0,546	0,181	Valid
Sumber Daya Manusia (X5)	X5.1	0,890	0,181	Valid
	X5.2	0,794	0,181	Valid
	X5.3	0,872	0,181	Valid
Proses (X6)	X6.1	0,790	0,181	Valid
	X6.2	0,709	0,181	Valid
	X6.3	0,764	0,181	Valid
Bukti Fisik (X7)	X7.1	0,858	0,181	Valid
	X7.2	0,766	0,181	Valid
	X7.3	0,782	0,181	Valid

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

	X7.4	0,705	0,181	Valid
Keputusan Pemilihan (Y)	Y1.1	0,654	0,181	Valid
	Y1.2	0,575	0,181	Valid
	Y1.3	0,862	0,181	Valid
	Y1.4	0,769	0,181	Valid
	Y1.5	0,817	0,181	Valid

Sumber: Lampiran 5

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas (N=118)

Variabel	Cronbach's *Alpha*	Keterangan
Program (X1)	0,681	Reliabel
Harga (X2)	0,666	Reliabel
Tempat (X3)	0,796	Reliabel
Promosi (X4)	0,608	Reliabel
Sumber Daya Manusia (X5)	0,808	Reliabel
Proses (X6)	0,614	Reliabel
Bukti Fisik (X7)	0,780	Reliabel
Keputusan Pemilihan (Y)	0,789	Reliabel

Sumber: Lampiran 5

G. Teknik Analisis Data

Seluruh analisis data dalam penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS, metode pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif untuk data demografi, analisis faktor dan analisis regresi linier berganda.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui sebaran responden dan disajikan dalam bentuk persentase, terdapat 9 jenis data yang dianalisis, yaitu: Jenis kelamin, Usia, Daerah Asal, Tahun masuk Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Pengetahuan mengenai Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Pilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Alasan Memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Jurusan yang ditempuh, dan Kepuasan Ekspektasi.

2. Analisis Faktor

Menurut Simamora (2005: 132), analisis faktor adalah salah satu *metode statistic multivariate* yang mencoba menerangkan hubungan antar sejumlah peubah-peubah yang saling independen antara satu dengan yang lain sehingga bisa dibuat satu atau lebih kumpulan peubah yang lebih sedikit dari jumlah peubah awal. Analisis faktor juga digunakan untuk mengetahui faktor-faktor dominan yang menjelaskan suatu masalah (Malhotra, 2004: 196).

Secara matematis, analisis faktor merupakan kombinasi linier dari variabel-variabel input yang dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

$$\mathbf{Fj = bj1X1 + bj2X2 + \ldots + bjkXk}$$

Dimana:

Fj : Skor faktor ke-j
Bj : Koefisien skor faktor ke-j
Xk : Variabel ke-k yang telah distandarisasi

Tahapan-tahapan dalam analisis faktor yang dikemukakan oleh Simamora (2005: 132) adalah sebagai berikut:

a. Membuat matrik korelasi

Pada tahap ini untuk memperoleh analisis faktor yang akurat, semua variabel harus berkorelasi. Uji statistik yang digunakan adalah Bartlett's *Test of Sphericity* dengan kriteria signifikansi di bawah 0,05 dan menggunakan *Measure of Sampling Adequancy (MSA)* dengan kriteria variabel-variabel bernilai di atas 0,5.

b. Mencari atau meringkas variabel menjadi faktor-faktor inti.

Prosedur ini dilaksanakan agar dapat meringkas informasi yang terkandung dalam variabel-variabel asli secara tepat. Faktor yang ditetapkan berdasarkan nilai *Eigen Value*, yaitu bernilai di atas 1. *Eigen Value* menunjukkan varian yang dijelaskan oleh faktor. Dengan cara ini diketahui faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan siswa untuk memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

c. Melakukan rotasi untuk penyelesaian akhir

Rotasi faktor diperlukan untuk menyederhanakan matrik faktor sehingga mudah untuk diinterpretasikan. Variabel dianggap paling penting jika mempunyai *loading* tertinggi, sedangkan variabel lain dapat dimasukkan dalam faktor jika kriteria signifikan, dengan cara ini diketahui variabel yang terkandung dalam keputusan pembelian.

d. Menguji tingkat signifikansi dari faktor loading dan menamai faktor

Kriteria signifikansi yang diterapkan adalah signifikansi praktis di mana *loading* di atas 0,5 adalah signifikan secara praktis. *Loading* di atas 0,5 juga menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel adalah valid. Penamaan faktor dilakukan dengan melihat variabel-variabel yang diwakili oleh faktor. Untuk setiap faktor dicari *loading* paling tinggi dari satu variabel.

Untuk mengetahui variabel yang paling dominan dipertimbangkan calon mahasiswa dalam keputusan pemilihan Fakultas

Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, adalah dengan melihat nilai *factor loading* tertinggi dari suatu variabel. Menurut Simamora (2005: 122), *factor loading* adalah korelasi-korelasi sederhana antara variabel-variabel dan faktor-faktor. Semakin besar *factor loading* suatu variabel terhadap suatu faktor, maka semakin besar hubungan suatu variabel terhadap suatu faktor. *Factor loading* dibatasi antara 0,5 sampai dengan 1. Semakin mendekati satu, semakin besar peranan variabel terhadap faktor.

3. Regresi Linier Berganda

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah asumsi residual yang berdistribusi normal. Asumsi ini harus terpenuhi untuk model regresi linier yang baik. Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen maupun variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini digunakan cara analisis *normal probability plot*. Analisis normal data dengan menggunakan *normal probability plot* dilakukan dengan cara melihat apakah data menyebar di sekitar garis diagonal atau tidak, jika menyebar dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas. Sebaliknya, jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka regresi tidak memenuhi normalitas (Ghozali, 2016: 156).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu adanya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi. Sedangkan model regresi yang memenuhi syarat adalah tidak adanya hubungan linier antar variabel independen. Multikolinieritas adalah adanya hubungan yang kuat antara variabel bebas, yang tidak boleh ada dalam model regresi yang baik (Wiyono, 2011: 157)

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2016: 103). Model regresi yang bebas dari multikoliniearitas adalah model yang memiliki nilai *tolerance* ≥ 0,01 atau jika nilai *variance inflation factor (*VIF) ≤ 10.

Jika nilai Tolerance > 0,10 berarti tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi, jika nilai Tolerance < 0,10 berarti terjadi multikolinieritas dalam model regresi

Jika nilai VIF < 10,00 maka berarti tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi, jika nilai VIF > 10,00 maka berarti terjadi multikolinieritas dalam model regresi

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedasititas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedasititas, yaitu adanya ketidaksamaan varian pada model regresi (Wiyono, 2011: 160). Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini, maka

menggunakan metode Spearman *Rank Corellation*. Jika hasil pengujian menunjukkan lebih dari α = 5% maka tidak ada heteroskedastisitas.

d. Analisis Regresi Liniear Berganda

Analisis regresi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. (Sekaran and Bougie, 2010: 248-259). Variabel independen di asumsikan random (stokastik), yang berarti mempunyai distribusi probabilistik. Variabel independen di asumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Berikut adalah bentuk persamaan regresi linear berganda yang di gunakan dalam penelitian ini:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + \beta 4X4 + \ldots\ldots\ldots\ldots + \varepsilon}$$

Dimana:
Y = Variabel dependen
X = Variabel Independen
α = Konstanta
β = Koefisien estimasi
ε = Galat

e. Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel – variabel dependen (Ghozali, 2016: 95). Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu.

Nilai R^2 yang kecil berarti kemapuan variabel–variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai

yang mendekati satu berarti variabel–variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016: 95).

2. Uji Simultan (Uji Statistik F)

Menurut Ghozali (2016: 96) Uji F disini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama–sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Uji F yaitu uji kebaikan model pada tingkat X tertentu, kriteria pengujiannya sebagai berikut:

1) Apabila F hitung ≥ F tabel, maka H0 ditolak dan Ha diterima
2) Apabila F hitung < F tabel, maka H0 diterima dan Ha ditolak

3. Uji Parsial (Uji Statistik t)

Menurut Ghozali (2016: 97) Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Adapun kriteria yang digunakan adalah:

1) H0 = bi = 0, artinya suatu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2) H1 = bi > 0, artinya suatu variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1) Apabila t hitung > t tabel, maka H0 ditolak dan H1 diterima.
2) Apabila t hitung < t tabel, maka H0 diterima dan H1 ditolak.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah dan Profil Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

Sejarah Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) tidak dapat dipisahkan dari sejarah Universitas Brawijaya (UB), karena berada di bawah naungannya. Universitas Brawijaya yang berkedudukan di Kota Malang, Jawa Timur, didirikan pada tanggal 5 Januari 1963 dengan Surat Keputusan Menteri PTPIP RI Nomor: 1 tahun 1963, kemudian dikukuhkan dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor: 196 tahun 1963 tertanggal 23 September 1963.

Sejarah berdirinya Fakultas Ilmu Adminsitrasi Universitas Brawijaya (FIA-UB) diawali dengan dibukanya Fakultas Administrasi Niaga (FAN) yang didirikan pada tanggal 15 September 1960. Pimpinan FAN pada saat itu adalah Drs. Soejekti Djajadiatma selaku Dekan dan Drs. Suparni Pamudji selaku Sekretaris. Keduanya dosen Akademi Pemerintahan Dalam Negeri (APDN) Malang. Sejarah Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) tidak dapat dipisahkan dari sejarah Universitas Brawijaya (UB) yang berkedudukan di Kota Malang, Jawa Timur, yang didirikan pada tanggal 5 Januari 1963 dengan Surat Keputusan Menteri PTPIP RI Nomor: 1 tahun 1963, kemudian dikukuhkan dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor: 196 tahun 1963 tertanggal 23 September 1963. Pada tanggal 11 Juli 1961 Universitas Brawijaya telah memiliki 4 fakultas, yaitu Fakultas Hukum dan Pengetahuan Masyarakat

(FPHM), Fakultas Ekonomi (FE), Fakultas Administrasi Niaga (FAN) dan Fakultas Pertanian (FP).

Pada tahun 1995 dibuka Program Magister Ilmu Administrasi yang berada dalam naungan Program Pascasarjana Universitas Brawijaya dengan Ketua Program Studi Prof. Dr. Moch. Ichsan. Beberapa bulan kemudian setelah Program Magister Ilmu Administrasi Niaga dibuka, keluarlah SK Dirjen Dikti Depdikbud tentang ijin penyelenggaraan Program Magister Administrasi Negara. Sebagai Ketua Program diangkat Drs. Solichin Abdul Wahab, MA, Ph.D untuk periode 1997-2000. Kemudian berturut-turut dijabat oleh Prof. Drs. Ismani HP, MA. Dari tahun 2000-2005, Prof. Dr. R. Riyadi Soeprapto, MS, dari tahun 2005-2006 dan Drs. Andy Fefta Wijaya, MDA, Ph.D, dari tahun 2006 sampai sekarang.

Pada saat ini Fakultas Ilmu Adminsitrasi Universitas Brawijaya (FIA-UB) memiliki Program Sarjana Ilmu Administrasi (S1) dengan 2 jurusan, Program Magister Ilmu Administrasi (S2) dengan 3 program studi dan Program Doktor Ilmu Administrasi (S3) dengan 7 Laboratorium, 7 Pusat Kajian dan 3 Unit Pelayanan Teknis.

B. Deskripsi Umum Responden

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 2 Oktober 2019 sampai dengan 7 November 2019, di mana didapatkan responden sebanyak 118 orang responden yang memenuhi kriteria penelitian. Deskripsi dari responden berdasarkan jenis kelamin, usia, asal, tahun terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, sumber informasi

mengenai Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, alasan memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, jurusan dan kepuasan ekspektasi. Deskripsi umum responden dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Frekuensi distribusi responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini didominasi oleh perempuan dengan jumlah sebesar 62 orang responden (52,55%). Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 9 di bawah ini:

Tabel 9. Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	56	47,45
2.	Perempuan	62	52,55
	Total	118	100

Sumber: Lampiran 6

2. Deskripsi Responden berdasarkan Usia

Pertanyaan mengenai Usia dibuat menjadi pertanyaan terbuka sehingga responden akan lebih mudah untuk menjawabnya. Frekuensi distribusi responden berdasarkan usia pada penelitian ini di dominasi oleh usia 18 tahun sampai dengan 21 tahun dengan persentase sebesar 79,65% atau berjumlah 94 orang responden. Distribusi responden berdasarkan usia secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 10 di bawah ini:

Tabel 10. Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1.	17	4	3,39
2.	18	26	22,03
3.	19	23	19,49
4.	20	22	18,64
5.	21	23	19,49

6.	22	12	10,17
7.	23	6	5,08
8.	24	2	1,69
	Total	118	100

Sumber: Lampiran 6

3. Deskripsi Responden berdasarkan Asal

Frekuensi distribusi responden berdasarkan asal dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa yang berasal dari pulai Jawa dengan jumlah 102 orang responden (86,43%). Distribusi responden berdasarkan asal secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 11 di bawah ini:

Tabel 11. Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Asal

No.	Asal	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1.	Jabodetabek	42	35,59
2.	Jawa Barat	15	12,71
3.	Jawa Tengah	7	5,93
4.	Jawa Timur	38	32,20
5.	Bali/NTB/NTT	0	0,00
6.	Sumatera	7	5,93
7.	Kalimantan	9	7,63
8.	Sulawesi	0	0,00
9.	Maluku/Papua	0	0,00
	Total	118	100

Sumber: Lampiran 6

4. Deskripsi Responden berdasarkan Tahun Terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

Pertanyaan mengenai tahun terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya dibuat menjadi pertanyaan terbuka sehingga responden akan lebih mudah untuk menjawabnya. Frekuensi distribusi responden berdasarkan tahun terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya dalam penelitian ini di dominasi oleh Mahasiswa Angkatan Baru dengan jumlah

31 orang responden (26,27%). Distribusi responden berdasarkan tahun terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 12 di bawah ini:

Tabel 12. Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Tahun Terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

No.	Tahun Terdaftar	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1.	2011	0	0,00
2.	2012	0	0,00
3.	2013	1	0,85
4.	2014	5	4,24
5.	2015	15	12,71
6.	2016	24	20,34
7.	2017	19	16,10
8.	2018	23	19,49
9.	2019	31	26,27
	Total	118	100

Sumber: Lampiran 6

5. Deskripsi Responden berdasarkan Sumber Informasi mengenai Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

Frekuensi distribusi responden berdasarkan sumber informasi mengenai Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya dalam penelitian ini didominasi oleh Sumber Informasi yang berasal dari Lingkungan Pendidikan dengan jumlah 83 jawaban (52,20%). Distribusi responden berdasarkan sumber informasi mengenai Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 13 di bawah ini:

Tabel 13. Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

No.	Sumber Informasi	Jumlah Jawaban	Persentase (%)
1.	Keluarga atau Kerabat	55	34,59
2.	Guru	24	15,09
3.	Alumni	36	22,64
4.	Sosial Media (Sosmed)	21	13,21
5.	Bimbingan Belajar (Bimbel)	23	14,47
	Total	159*	100

Sumber: Lampiran 6

Catatan: 16 orang responden menjawab lebih dari satu jawaban

6. Deskripsi Responden berdasarkan Pilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

Frekuensi distribusi responden berdasarkan pilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya dalam penelitian ini didominasi oleh pilihan pertama dengan jumlah 85 orang responden (72,03%). Distribusi responden berdasarkan pilihan secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 14 di bawah ini:

Tabel 14. Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Pilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

No.	Pilihan	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1.	Pertama	85	72,03
2.	Kedua	29	24,58
3.	Ketiga	4	3,39
	Total	118	100

Sumber: Lampiran 6

7. Deskripsi Responden berdasarkan Alasan Memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

Frekuensi distribusi responden berdasarkan alasan memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya dalam penelitian ini didominasi oleh pemilihan tempat dan juga program dengan jumlah 103

jawaban (77,45%). Distribusi responden berdasarkan alasan memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 15 di bawah ini:

Tabel 15. Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Alasan Memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

No.	Alasan Memilih	Jumlah Jawaban (orang)	Persentase (%)
1.	Program	46	34,59
2.	Harga	5	3,76
3.	Tempat	57	42,86
4.	Promosi	4	3,01
5.	Sumber Daya Manusia	12	9,02
6.	Proses	5	3,76
7.	Bukti Fisik	4	3,01
	Total	133*	100

Sumber: Lampiran 6
Catatan: 10 orang responden menjawab lebih dari satu jawaban

8. Deskripsi Responden berdasarkan Jurusan di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

Frekuensi distribusi responden berdasarkan jurusan di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya dalam penelitian ini didominasi oleh Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis dengan jumlah 70 orang responden (59,32%). Distribusi responden berdasarkan jurusan di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 16 di bawah ini:

Tabel 16. Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Jurusan di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

No.	Jurusan	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1.	Ilmu Administrasi Bisnis	70	59,32
2.	Ilmu Administrasi Publik	48	40,68
	Total	118	100

Sumber: Lampiran 6

9. Deskripsi Responden berdasarkan Pemenuhan Ekspektasi

Frekuensi distribusi responden berdasarkan pemenuhan ekspektasi dalam penelitian ini didominasi oleh jawaban Ya dengan jumlah 108 orang responden (91,53%). Distribusi responden berdasarkan pemenuhan ekspektasi secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 17 di bawah ini:

Tabel 17. Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Pemenuhan Ekspektasi

No.	Pemenuhan Ekspektasi	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1.	Ya	108	91,53
2.	Tidak	10	8,47
	Total	118	100

Sumber: Lampiran 6

C. Hasil Analisis Deskriptif

Klasifikasi dibutuhkan untuk mengetahui rata-rata jawaban responden pada kuesioner, sehingga dapat diketahui apakah *item* pertanyaan yang diberikan mendapatkan respon yang baik atau tidak. Menurut Supranto (2008: 74) interval skor skala Likert dapat dihitung menggunakan formula:

$$\text{Interval} = \frac{Skor\ Tertinggi - Skor\ Terendah}{Total}$$

Setelah interval skor diketahui, maka dapat disimpulkan:

Tabel 18. Deskripsi Nilai Rata-Rata

No.	Nilai Rata-Rata	Deskripsi
1.	1 – 1,8	Sangat Tidak Baik
2.	>1,8 – 2,6	Tidak Baik
3.	>2,6 – 3,4	Sedang
4.	>3,4 – 4,2	Baik
5.	>4,2 – 5	Sangat Baik

Sumber: Supranto (2008: 74)

Berikut adalah hasil per-variabel:

1. Frekuensi Distribusi Variabel Program

Tabel 19. Frekuensi Distribusi Variabel Program

Variabel	*Item*	Distribusi Skor										*Mean*
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Program	X1.1	40	33,90	62	52,54	16	13,56	0	0,00	0	0,00	4,203
	X1.2	38	32,20	59	50,00	18	15,25	3	2,54	0	0,00	4,119
	X1.3	10	8,47	18	15,25	44	37,29	41	34,75	5	4,24	2,890
	X1.4	33	27,97	73	61,86	12	10,17	0	0,00	0	0,00	4,178
	X1.5	19	16,10	53	44,92	46	38,14	1	0,85	0	0,00	3,763
	Grand Mean											3,831

Sumber: Lampiran 7

Keterangan:

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju
X1.1 : Minat
X1.2 : Kemampuan akademik
X1.3 : Ketersediaan program
X1.4 : Reputasi
X1.5 : Prospek yang cerah

Item Minat (X1.1) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 40 orang responden atau 33,90 persen menjawab sangat setuju, 62 orang responden atau 52,54 persen menjawab setuju, 16 orang responden atau 13,56 persen menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Minat (X1.1) adalah 4,203 dan bisa dikatakan Sangat Baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas

Brawijaya menjawab Sangat Setuju jika Minat merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Kemampuan Akademik (X1.2) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 38 orang responden atau 32,20 persen menjawab sangat setuju, 59 orang responden atau 50 persen menjawab setuju, 18 orang responden atau 15,25 persen menjawab netral, 3 orang responden atau 2,54 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Kemampuan Akademik (X1.2) adalah 4,119 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Kemampuan Akademik merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Ketersediaan Program (X1.3) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 10 responden atau 8,47 persen menjawab sangat setuju, 18 orang responden atau 15,25 persen menjawab setuju, 44 orang responden atau 37,29 persen menjawab netral, 41 orang responden atau 34,75 persen menjawab tidak setuju, dan 5 orang responden atau 4,24 persen menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Ketersediaan Program (X1.3) adalah 2,890 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika

Ketersediaan Program merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Reputasi (X1.4) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 33 orang responden atau 27,97 persen menjawab sangat setuju, 73 orang responden atau 61,86 persen menjawab setuju, 12 orang responden atau 10,17 persen menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Reputasi (X1.4) adalah 4,178 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Reputasi merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Prospek yang Cerah (X1.5) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 19 orang responden atau 16,10 persen menjawab sangat setuju, 53 orang responden atau 44,92 persen menjawab setuju, 45 orang responden atau 38,14 persen menjawab netral, 1 orang responden atau 0,85 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Prospek yang Cerah (X1.5) adalah 3,763 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Prospek yang Cerah merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Grand mean (rata-rata keseluruhan) variabel Program (X1) adalah sebesar 3,831 yang berarti Baik, mayoritas responden menjawab Setuju terhadap semua pertanyaan yang ada pada variabel Program (X1) pada kuesioner penelitian. Berdasarkan hasil *grand mean* (rata-rata keseluruhan) dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab setuju bahwa Keputusan Pemilihan mereka dipengaruhi oleh Program.

2. Frekuensi Distribusi Variabel Harga

Tabel 20. Frekuensi Distribusi Variabel Harga

Variabel	*Item*	Distribusi Skor										*Mean*
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Harga	X2.1	13	11,02	23	19,49	56	47,46	25	21,19	1	0,85	3,186
	X2.2	13	11,02	19	16,10	80	67,80	6	5,08	0	0,00	3,331
	X2.3	27	22,88	58	49,15	33	27,97	0	0,00	0	0,00	3,949
	X2.4	9	7,63	45	38,14	60	50,85	4	3,39	0	0,00	3,500
	Grand Mean											3,492

Sumber: Lampiran 7

Keterangan:

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju
X2.1 : Biaya kuliah yang terjangkau
X2.2 : Beasiswa
X2.3 : Biaya hidup
X2.4 : Prosedur pembayaran

Item Biaya kuliah yang terjangkau (X2.1) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 13 orang responden atau 11,02 persen menjawab sangat setuju, 23 orang responden atau 19,49 persen menjawab setuju, 56 orang responden atau 47,46 persen menjawab netral,

25 orang responden atau 21,19 persen menjawab tidak setuju, dan 1 orang responden atau 0,85 persen menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Biaya kuliah yang tejangkau (X2.1) adalah 3,186 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawabNetral jika Biaya kuliah yang terjangkau merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Beasiswa (X2.2) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 13 orang responden atau 11,02 persen menjawab sangat setuju, 19 orang responden atau 16,10 persen menjawab setuju, 80 orang responden atau 67,80 persen menjawab netral, 6 orang responden atau 5,08 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Beasiswa (X2.2) adalah 3,331 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika Beasiswa merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Biaya hidup (X2.3) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 27 orang responden atau 22,88 persen menjawab sangat setuju, 58 orang responden atau 49,15 persen menjawab setuju, 33 orang responden atau 27,97 persen menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Biaya hidup (X2.3) adalah

3,949 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Biaya hidup merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Prosedur pembayaran (X2.4) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 9 orang responden atau 7,63 persen menjawab sangat setuju, 45 orang responden atau 38,14 persen menjawab setuju, 60 orang responden atau 50,85 persen menjawab netral, 4 orang responden atau 3,39 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Prosedur pembayaran (X2.4) adalah 3,500 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Prosedur pembayaran merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Grand mean (rata-rata keseluruhan) variabel Harga (X2) adalah sebesar 3,492 yang berarti Baik. Mayoritas responden menjawab Setuju terhadap semua pertanyaan yang ada pada variabel Harga (X2) pada kuesioner penelitian. Berdasarkan hasil *grand mean* (rata-rata keseluruhan) dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab setuju bahwa Keputusan Pemilihan mereka dipengaruhi oleh Harga.

3. Frekuensi Distribusi Variabel Tempat

Tabel 21. Frekuensi Distribusi Variabel Tempat

Variabel	*Item*	Distribusi Skor										*Mean*
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Tempat	X3.1	31	26,27	58	49,15	26	22,03	3	2,54	0	0,00	3,992
	X3.2	34	28,81	44	37,29	35	29,66	5	4,24	0	0,00	3,907
	Grand Mean											3,949

Sumber: Lampiran 7

Keterangan:

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju
X3.1 : Aksesibilitas Perguruan Tinggi
X3.2 : Perguruan Tinggi dekat kota

Item Aksesibilitas Perguruan Tinggi (X3.1) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 31 orang responden atau 26,27 persen menjawab sangat setuju, 58 orang responden atau 49,15 persen menjawab setuju, 26 orang responden atau 22,03 persen menjawab netral, 3 orang responden atau 2,54 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Aksesibilitas Perguruan Tinggi (X3.1) adalah 3,992 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Aksesibilitas Perguruan Tinggi merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Perguruan Tinggi dekat kota (X3.2) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 34 orang responden atau 28,81

persen menjawab sangat setuju, 44 orang responden atau 37,29 persen menjawab setuju, 35 orang responden atau 29,66 persen menjawab netral, 5 orang responden atau 4,24 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Perguruan Tinggi dekat kota (X3.2) adalah 3,907 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Perguruan Tinggi dekat kota merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Grand mean (rata-rata keseluruhan) variabel Tempat (X3) adalah sebesar 3,949 yang berarti Baik. Mayoritas responden menjawab Setuju terhadap semua pertanyaan yang ada pada variabel Tempat (X3) pada kuesioner penelitian. Berdasarkan hasil *grand mean* (rata-rata keseluruhan) dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab setuju bahwa Keputusan Pemilihan mereka dipengaruhi oleh Tempat.

4. Frekuensi Distribusi Variabel Promosi

Tabel 22. Frekuensi Distribusi Variabel Promosi

Variabel	*Item*	Distribusi Skor										*Mean*
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Promosi	X4.1	20	16,95	35	29,66	27	22,88	36	30,51	0	0,00	3,331
	X4.2	3	2,54	35	29,66	34	28,81	46	38,98	0	0,00	2,958
	X4.3	12	10,17	24	20,34	39	33,05	40	33,90	3	2,54	3,017
	X4.4	4	3,39	29	24,58	46	38,98	38	32,20	1	0,85	2,975
	X4.5	2	1,69	31	26,27	55	46,61	28	23,73	2	1,69	3,025
	X4.6	0	0,00	20	16,95	52	44,07	42	35,59	4	3,39	2,746
	X4.7	3	2,54	21	17,80	33	27,97	51	43,22	10	8,47	2,627
	Grand Mean											2,954

Sumber: Lampiran 7

Keterangan:

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju
X4.1 : Saran orang tua
X4.2 : Saran saudara
X4.3 : Saran teman
X4.4 : Saran guru sekolah
X4.5 : Informasi dari media sosial
X4.6 : Promosi *online*
X4.7 : Promosi *offline*

Item Saran Orang Tua (X4.1) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 20 orang responden atau 16,95 persen menjawab sangat setuju, 35 orang responden atau 29,66 persen menjawab setuju, 27 orang responden atau 22,88 persen menjawab netral, 36 orang responden atau 30,51 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Saran Orang Tua (X4.1) adalah 3,331 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika Saran Orang Tua merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Saran Saudara (X4.2) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 3 orang responden atau 2,54 persen menjawab sangat setuju, 35 orang responden atau 29,66 persen menjawab setuju, 34 orang responden atau 28,81 persen menjawab netral, 46 orang responden atau 38,98 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang

menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Saran Saudara (X4.2) adalah 2,958 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika Saran Saudara merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Saran Teman (X4.3) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 12 orang responden atau 10,17 persen menjawab sangat setuju, 24 orang responden atau 20,34 persen menjawab setuju, 39 orang responden atau 33,05 persen menjawab netral, 40 orang responden atau 33,90 persen menjawab tidak setuju, dan 3 orang responden atau 2,54 persen menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Saran Teman (X4.3) adalah 3,017 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika Saran Teman merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Saran Guru Sekolah (X4.4) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 4 orang responden atau 3,39 persen menjawab sangat setuju, 29 orang responden atau 24,58 persen menjawab setuju, 46 orang responden atau 38,98 persen menjawab netral, 38 orang responden atau 32,20 persen menjawab tidak setuju, dan 1 orang responden atau 0,85 persen menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Saran

Guru Sekolah (X4.4) adalah 2,975 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika Saran Guru Sekolah merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Informasi dari Media Sosial (X4.5) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 2 orang responden atau 1,69 persen menjawab sangat setuju, 31 orang responden atau 26,27 persen menjawab setuju, 55 orang responden atau 46,61 persen menjawab netral, 28 orang responden atau 23,73 persen menjawab tidak setuju, dan 2 orang responden atau 1,69 persen menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Informasi dari Media Sosial (X4.5) adalah 3,025 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika Informasi dari Media Sosial merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Promosi *Online* (X4.6) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana tidak ada responden yang menjawab sangat setuju, 20 orang responden atau 16,95 persen menjawab setuju, 52 orang responden atau 44,07 persen menjawab netral, 42 orang responden atau 35,59 persen menjawab tidak setuju, dan 4 orang responden atau 3,39 persen menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Promosi *Online* (X4.6) adalah 2,746 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut, dapat

disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika Promosi *Online* merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Promosi *Offline* (X4.7) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 3 orang responden atau 2,54 persen menjawab sangat setuju, 21 orang responden atau 17,80 persen menjawab setuju, 33 orang responden atau 27,97 persen menjawab netral, 51 orang responden atau 43,22 persen menjawab tidak setuju, dan 10 orang responden atau 8,47 persen menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Promosi *Offline* (X4.7) adalah 2,627 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika Promosi *Offline* merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Grand mean (rata-rata keseluruhan) variabel Promosi (X4) adalah sebesar 2,954 yang berarti Sedang. Mayoritas responden menjawab Netral terhadap semua pertanyaan yang ada pada variabel Promosi (X4) pada kuesioner penelitian. Berdasarkan hasil *grand mean* (rata-rata keseluruhan) dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral bahwa Keputusan Pemilihan mereka dipengaruhi oleh Promosi.

5. Frekuensi Distribusi Variabel Sumber Daya Manusia

Tabel 23. Frekuensi Distribusi Variabel Sumber Daya Manusia

Variabel	*Item*	Distribusi Skor										*Mean*
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Sumber Daya Manusia	X5.1	24	20,34	63	53,39	24	20,34	7	5,93	0	0,00	3,881
	X5.2	11	9,32	66	55,93	41	34,75	0	0,00	0	0,00	3,746
	X5.3	11	9,32	56	47,46	51	43,22	0	0,00	0	0,00	3,661
	Grand Mean											3,763

Sumber: Lampiran 7

Keterangan:

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju
X5.1 : Prestasi mahasiswa
X5.2 : Alumni yang sukses
X5.3 : Kualitas pengajar

Item Prestasi Mahasiswa (X5.1) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 24 orang responden atau 20,34 persen menjawab sangat setuju, 63 orang responden atau 53,39 persen menjawab setuju, 24 orang responden atau 20,34 persen menjawab netral, 7 orang responden atau 5,93 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Prestasi Mahasiswa (X5.1) adalah 3,881 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Prestasi Mahasiswa merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Alumni yang Sukses (X5.2) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 11 orang responden atau 9,32 persen menjawab sangat setuju, 66 orang responden atau 55,93 persen menjawab setuju, 41 orang responden atau 34,75 persen menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Alumni yang Sukses (X5.2) adalah 3,746 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Alumni yang Sukses merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Kualitas Pengajar (X5.3) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 11 orang responden atau 9,32 persen menjawab sangat setuju, 56 orang responden atau 47,46 persen menjawab setuju, 51 orang responden atau 43,22 persen menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Kualitas Pengajar (X5.3) adalah 3,661 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Kualitas Pengajar merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Grand mean (rata-rata keseluruhan) variabel Sumber Daya Manusia (X5) adalah sebesar 3,763 yang berarti Baik. Mayoritas responden menjawab Setuju terhadap semua pertanyaan yang ada pada variabel Sumber Daya Manusia (X5) pada kuesioner penelitian. Berdasarkan hasil *grand mean* (rata-rata keseluruhan) dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab setuju bahwa Keputusan Pemilihan mereka dipengaruhi oleh Sumber Daya Manusia.

6. Frekuensi Distribusi Variabel Proses

Tabel 24. Frekuensi Distribusi Variabel Proses

Variabel	*Item*	Distribusi Skor										*Mean*
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Proses	X6.1	13	11,02	59	50,00	43	36,44	3	2,54	0	0,00	3,695
	X6.2	19	16,10	47	39,83	46	38,98	6	5,08	0	0,00	3,669
	X6.3	9	7,63	36	30,51	61	51,69	10	8,47	2	1,69	3,339
	Grand Mean											3,568

Sumber: Lampiran 7

Keterangan:

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju
X6.1 : Kualitas pengajaran
X6.2 : Kegiatan ekstra kulikuler
X6.3 : Administrasi

Item Kualitas Pengajaran (X6.1) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 13 orang responden atau 11,02 persen menjawab sangat setuju, 59 orang responden atau 50,00 persen menjawab setuju, 43 orang responden atau 36,44 persen menjawab netral, 3 orang

responden atau 2,54 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Kualitas Pengajaran (X6.1) adalah 3,695 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Kualitas Pengajaran merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Kegiatan ektra kulikuler (X6.2) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 19 orang responden atau 16,10 persen menjawab sangat setuju, 47 orang responden atau 39,83 persen menjawab setuju, 46 orang responden atau 38,98 persen menjawab netral, 6 orang responden atau 5,08 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Kegiatan ektra kulikuler (X6.2) adalah 3,669 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Kegiatan ektra kulikuler merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Administrasi (X6.3) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 9 orang responden atau 7,63 persen menjawab sangat setuju, 36 orang responden atau 30,51 persen menjawab setuju, 61 orang responden atau 51,69 persen menjawab netral, 10 orang responden atau 8,47 persen menjawab tidak setuju, dan 2 orang responden atau 1,69

persen menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Administrasi (X6.3) adalah 3,339 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika Administrasi merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Grand mean (rata-rata keseluruhan) variabel Proses (X6) adalah sebesar 3,568 yang berarti Baik. Mayoritas responden menjawab Setuju terhadap semua pertanyaan yang ada pada variabel Proses (X6) pada kuesioner penelitian. Berdasarkan hasil *grand mean* (rata-rata keseluruhan) dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab setuju bahwa Keputusan Pemilihan mereka dipengaruhi oleh Proses.

7. Frekuensi Distribusi Variabel Bukti Fisik

Tabel 25. Frekuensi Distribusi Variabel Bukti Fisik

Variabel	*Item*	Distribusi Skor										*Mean*
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Bukti Fisik	X7.1	37	31,36	54	45,76	25	21,19	2	1,69	0	0,00	4,068
	X7.2	21	17,80	60	50,85	29	24,58	8	6,78	0	0,00	3,797
	X7.3	41	34,75	63	53,39	14	11,86	0	0,00	0	0,00	4,229
	X7.4	23	19,49	60	50,85	34	28,81	1	0,85	0	0,00	3,890
Grand Mean												3,996

Sumber: Lampiran 7

Keterangan:

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

X7.1 : Fasilitas gedung
X7.2 : Fasilitas pendukung
X7.3 : Lingkungan Perguruan Tinggi yang nyaman
X7.4 : Perguruan Tinggi yang aman

Item Fasilitas gedung (X7.1) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 37 orang responden atau 31,36 persen menjawab sangat setuju, 54 orang responden atau 45,76 persen menjawab setuju, 25 orang responden atau 21,19 persen menjawab netral, 2 orang responden atau 1,69 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Fasilitas Gedung (X7.1) adalah 4,068 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Fasilitas Gedung merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Fasilitas pendukung (X7.2) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 21 orang responden atau 17,80 persen menjawab sangat setuju, 60 orang responden atau 50,85 persen menjawab setuju, 29 orang responden atau 24,58 persen menjawab netral, 8 orang responden atau 6,78 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Fasilitas Pendukung (X7.2) adalah 3,797 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Fasilitas

Pendukung merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Lingkungan Perguruan Tinggi yang nyaman (X7.3) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 41 orang responden atau 34,75 persen menjawab sangat setuju, 63 orang responden atau 53,39 persen menjawab setuju, 14 orang responden atau 11,86 persen menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Lingkungan Perguruan Tinggi yang nyaman (X7.3) adalah 4,229 dan bisa dikatakan Sangat Baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Sangat Setuju jika Lingkungan Perguruan Tinggi yang nyaman merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Perguruan Tinggi yang aman (X7.4) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 23 orang responden atau 19,49 persen menjawab sangat setuju, 60 orang responden atau 50,85 persen menjawab setuju, 34 orang responden atau 28,81 persen menjawab netral, 1 orang responden atau 0,85 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Perguruan Tinggi yang aman (X7.4) adalah 3,890 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika

Perguruan Tinggi yang aman merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Grand mean (rata-rata keseluruhan) variabel Bukti Fisik (X7) adalah sebesar 3,996 yang berarti Baik. Mayoritas responden menjawab Setuju terhadap semua pertanyaan yang ada pada variabel Bukti Fisik (X7) pada kuesioner penelitian. Berdasarkan hasil *grand mean* (rata-rata keseluruhan) dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab setuju bahwa Keputusan Pemilihan mereka dipengaruhi oleh Bukti Fisik.

8. Frekuensi Distribusi Variabel Keputusan Pemilihan

Tabel 26. Frekuensi Distribusi Variabel Keputusan Pemilihan

Variabel	*Item*	Distribusi Skor										*Mean*
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		
		F	%	f	%	F	%	f	%	f	%	
Keputusan Pemilihan	Y1.1	30	25,42	83	70,34	5	4,24	0	0,00	0	0,00	4,212
	Y1.2	21	17,80	80	67,80	17	14,41	0	0,00	0	0,00	4,034
	Y1.3	18	15,25	40	33,90	37	31,36	23	19,49	0	0,00	3,449
	Y1.4	36	30,51	65	55,08	17	14,41	0	0,00	0	0,00	4,161
	Y1.5	35	29,66	55	46,61	28	23,73	0	0,00	0	0,00	4,059
	Grand Mean											3,983

Sumber: Lampiran

Keterangan:

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju
Y1.1 : Masa depan lebih baik
Y1.2 : Kesesuaian informasi
Y1.3 : Pilihan terbaik
Y1.4 : Keputusan pemilihan sudah tepat
Y1.5 : Kepuasan pemilihan

Item Masa depan lebih baik (Y1.1) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 30 orang responden atau 25,42 persen menjawab sangat setuju, 83 orang responden atau 70,34 persen menjawab setuju, 5 orang responden atau 4,24 persen menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Masa depan lebih baik (Y1.1) adalah 4,212 dan bisa dikatakan Sangat Baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Sangat Setuju jika Masa depan lebih baik merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Kesesuaian informasi (Y1.2) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 21 orang responden atau 17,80 persen menjawab sangat setuju, 80 orang responden atau 67,80 persen menjawab setuju, 17 orang responden atau 14,41 persen menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Kesesuaian informasi (Y1.2) adalah 4,034 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Kesesuaian informasi merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Pilihan terbaik (Y1.3) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 18 orang responden atau 15,25 persen menjawab sangat setuju, 40 orang responden atau 33,90 persen menjawab setuju, 37 orang responden atau 31,36 persen menjawab netral, 23 orang responden atau 19,49 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Pilihan terbaik (Y1.3) adalah 3,449 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Pilihan terbaik merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Keputusan pemilihan sudah tepat (Y1.4) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 36 orang responden atau 30,31 persen menjawab sangat setuju, 65 orang responden atau 55,08 persen menjawab setuju, 17 orang responden atau 14,41 persen menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Keputusan pemilihan sudah tepat (Y1.4) adalah 4,161 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Keputusan pemilihan sudah tepat merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Kepuasan pemilihan (Y1.5) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 35 orang responden atau 29,66 persen menjawab sangat setuju, 55 orang responden atau 46,61 persen menjawab setuju, 28 orang responden atau 23,73 persen menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Kepuasan pemilihan (Y1.5) adalah 4,059 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Kepuasan pemilihan merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Grand mean (rata-rata keseluruhan) variabel Keputusan Pemilihan (Y) adalah sebesar 3,983 yang berarti Baik. Mayoritas responden menjawab Setuju terhadap semua pertanyaan yang ada pada variabel Keputusan Pemilihan (Y) pada kuesioner penelitian. Berdasarkan hasil *grand mean* (rata-rata keseluruhan) dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab setuju bahwa Keputusan Pemilihan mereka dipengaruhi oleh Program, Harga, Tempat, Promosi, Sumber Daya Manusia, Proses, dan Bukti Fisik.

D. Hasil Analisis Faktor

Menurut Simamora (2005: 132), analisis faktor adalah salah satu metode statistik multivariat yang mencoba menerangkan hubungan antar sejumlah peubah-peubah yang saling independen antara satu dengan yang lain

sehingga bisa dibuat satu atau lebih kumpulan peubah yang lebih sedikit dari jumlah peubah awal. Analisis faktor juga digunakan untuk mengetahui faktor-faktor dominan yang menjelaskan suatu masalah (Malhotra, 2004: 196).

1. Faktorabilitas Analisis Faktor Pertama

Asumsi yang mendasari dapat tidaknya digunakan analisis faktor adalah data matrik harus memiliki korelasi yang cukup (*sufficient correlation*). Uji Bartlett *of Sphericity* merupakan uji statistik untuk menentukan ada tidaknya korelasi antar variabel, semakin besar sampel menyebabkan semakin sensitif untuk mendeteksi adanya korelasi antar variabel (Hair *et al*, 2014: 95 - 101)

Alat uji lain yang digunakan untuk mengukur tingkat interkorelasi antar variabel dan dapat tidaknya dilakukan analisis faktor adalah Kaiser-Meyer-Olkin *Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA). Nilai KMO bervariasi dari 0 sampai dengan 1. Nilai yang dikehendaki harus > 0.50 untuk dapat dilakukan analisis faktor.

Hasil pengujian Faktorabilitas Analisis Faktor dengan menggunakan SPPS 24 pada penelitian ini disampaikan pada Tabel 27 sebagai berikut:

Tabel 27. Nilai KMO MSA dan Bartlett's *Test* (Analisis Faktor 1)

KMO *and* Bartlett's *Test*		
Kaiser-Meyer-Olkin *Measure of Sampling Adequacy.*		0,619
Bartlett's *Test of Sphericity*	*Approx. Chi-Square*	2063,555
	Df	378
	Sig.	0,000

Sumber: Lampiran 8

Dari Tabel 27 di atas diketahui bahwa nilai KMO-MSA 0,619 > 0,50. Sedangkan nilai Bartlett's *Test of Sphericity (Sig.)* 0,000 < 0,05 sehingga analisis faktor dapat dilakukan pada hasil survei penelitian.

2. Ekstraksi Faktor Analisis Faktor Pertama

Rekapitulasi nilai MSA *Anti-image Correlation* (Analisis Faktor 1) dapat dilihat pada Tabel 28 di bawah ini:

Tabel 28. Rekapitulasi nilai MSA *Anti-image Correlation* (Analisis Faktor 1)

Item	*Label*	MSA
X1.1	Minat	0,580
X1.2	Kemampuan akademik	0,430
X1.3	Ketersediaan program	0,485
X1.4	Reputasi	0,859
X1.5	Prospek yang cerah	0,888
X2.1	Biaya kuliah yang terjangkau	0,344
X2.2	Beasiswa	0,588
X2.3	Biaya hidup	0,346
X2.4	Prosedur pembayaran	0,572
X3.1	Aksesibilitas Perguruan Tinggi	0,663
X3.2	Perguruan Tinggi dekat kota	0,617
X4.1	Saran orang tua	0,346
X4.2	Saran saudara	0,555
X4.3	Saran teman	0,301
X4.4	Saran guru sekolah	0,407
X4.5	Informasi dari media sosial	0,667
X4.6	Promosi *online*	0,665
X4.7	Promosi *offline*	0,635
X5.1	Prestasi mahasiswa	0,831
X5.2	Alumni yang sukses	0,730
X5.3	Kualitas pengajar	0,651
X6.1	Kualitas pengajaran	0,702
X6.2	Kegiatan ekstra kurikuler	0,794
X6.3	Administrasi	0,582
X7.1	Fasilitas gedung	0,672
X7.2	Fasilitas pendukung	0,709
X7.3	Lingkungan Perguruan Tinggi yang nyaman	0,661
X7.4	Perguruan Tinggi yang aman	0,537

Sumber: Lampiran 8

Dari Tabel 26 di atas diketahui terdapat 7 *item* pertanyaan survei yang mempunyai nilai MSA < 0,50, yaitu *item* X1.2, X1.3, X2.1, X2.3, X4.1, X4.3 dan X4.4. Oleh karena itu dilakukan analisis faktor kedua dengan tidak menyertakan ke 7 *item* tersebut.

3. Faktorabilitas Analisis Faktor Kedua

Hasil pengujian Faktorabilitas Analisis Faktor kedua dengan menggunakan SPPS 24 pada penelitian ini disampaikan pada Tabel 29 sebagai berikut:

Tabel 29. Nilai KMO MSA dan Bartlett's *Test* (Analisis Faktor 2)

KMO *and* Bartlett's *Test*		
Kaiser-Meyer-Olkin *Measure of Sampling Adequacy.*		0,824
Bartlett's *Test of Sphericity*	*Approx. Chi-Square*	1371,577
	df	210
	Sig.	0,000

Sumber: Lampiran 9

Dari Tabel 27 di atas diketahui bahwa nilai KMO-MSA adalah 0,823 > 0,50. Sedangkan nilai Bartlett's *Test of Sphericity (Sig.)* 0,000 < 0,05 sehingga analisis faktor dapat dilakukan pada hasil survei penelitian.

4. Ekstraksi Faktor Analisis Faktor Kedua

Rekapitulasi nilai MSA *Anti-image Correlation* (Analisis Faktor 2) dapat dilihat pada Tabel 30 di bawah ini:

Tabel 30. Rekapitulasi nilai MSA *Anti-image Correlation* (Analisis Faktor 2)

Item	*Label*	MSA
X1.1	Minat	0,759
X1.4	Reputasi	0,935
X1.5	Prospek yang cerah	0,901
X2.2	Beasiswa	0,773
X2.4	Prosedur pembayaran	0,756
X3.1	Aksesibilitas Perguruan Tinggi	0,751
X3.2	Perguruan Tinggi dekat kota	0,832
X4.2	Saran saudara	0,678
X4.5	Informasi dari media sosial	0,832
X4.6	Promosi *online*	0,789
X4.7	Promosi *offline*	0,817
X5.1	Prestasi mahasiswa	0,891
X5.2	Alumni yang sukses	0,782
X5.3	Kualitas pengajar	0,827
X6.1	Kualitas pengajaran	0,869
X6.2	Kegiatan ekstra kurikuler	0,895
X6.3	Administrasi	0,877
X7.1	Fasilitas gedung	0,783
X7.2	Fasilitas pendukung	0,741
X7.3	Lingkungan Perguruan Tinggi yang nyaman	0,819
X7.4	Perguruan Tinggi yang aman	0,818

Sumber: Lampiran 9

Dari Tabel 30 di atas diketahui semua *item* pertanyaan survei mempunyai nilai MSA > 0,50 sehingga Analisis Faktor dapat dilanjutkan ke langkah berikutnya dengan melihat nilai ekstraksi dari masing-masing *item* pertanyaan pada Tabel 31 sebagai berikut:

Tabel 31. Tabel Komunalitas

Communalities		
	Initial	***Extraction***
Minat	1,000	0,605
Reputasi	1,000	0,675
Prospek yang cerah	1,000	0,732
Beasiswa	1,000	0,546
Prosedur pembayaran	1,000	0,592
Aksesibilitas Perguruan Tinggi	1,000	0,748
Perguruan Tinggi dekat kota	1,000	0,746
Saran saudara	1,000	0,585
Informasi dari media sosial	1,000	0,778
Promosi *online*	1,000	0,743
Promosi *offline*	1,000	0,676
Prestasi mahasiswa	1,000	0,677
Alumni yang sukses	1,000	0,755
Kualitas pengajar	1,000	0,774
Kualitas pengajaran	1,000	0,829
Kegiatan ekstra kurikuler	1,000	0,744
Administrasi	1,000	0,604
Fasilitas gedung	1,000	0,791
Fasilitas pendukung	1,000	0,766
Lingkungan Perguruan Tinggi yang nyaman	1,000	0,760
Perguruan Tinggi yang aman	1,000	0,664
Extraction Method: Principal Component Analysis.		

Sumber: Lampiran 9

Tabel 10 menunjukkan nilai kemampuan *item* pertanyaan untuk menjelaskan faktor penelitian, variabel dianggap mampu menjelaskan faktor bila nilai Extraction > 0,5. Berdasarkan keluaran SPSS 24 di atas dapat diketahui bahwa semua *item* pertanyaan pada penelitian ini memiliki nilai > 0,5 sehingga dapat diketahui bahwa semua *item* pertanyaan mampu untuk menjelaskan faktor yang diteliti.

Pada Tabel 32 *Total Variance Explained* terbentuk 6 faktor inti dengan nilai *eigen value* >1.

Tabel 32. Tabel *Total Variance Explained*

Total Variance Explained						
Component	*Extraction Sums of Squared Loadings*			*Rotation Sums of Squared Loadings*		
	Total	*% of Variance*	*Cumulative %*	*Total*	*% of Variance*	*Cumulative %*
1	7,770	36,999	36,999	3,190	15,190	15,190
2	1,976	9,409	46,408	2,804	13,355	28,544
3	1,437	6,842	53,250	2,532	12,056	40,600
4	1,351	6,433	59,683	2,374	11,306	51,906
5	1,228	5,846	65,529	2,027	9,653	61,559
6	1,027	4,893	70,421	1,861	8,863	70,421

Sumber: Lampiran 9

SPSS mengelompokkan ke 21 *item* hasil analisis faktor ke 2 menjadi 6 faktor berdasarkan pada nilai *eigen value* > 1, yaitu faktor 1 dengan *eigen value* 7,770 hingga faktor 6 dengan *eigen value* 1,027. Dari tampilan output SPSS terlihat bahwa faktor 1 mampu menjelaskan variasi sebesar 36,999 persen hingga faktor 6 mampu menjelaskan variasi 4,893 persen atau secara keseluruhan ke tujuh faktor mampu menjelaskan variasi sebesar 70,421 persen.

5. Rotasi Komponen

Untuk mengetahui anggota masing-masing faktor yang terbentuk, ditentukan dengan melihat nilai korelasi terbesar antara variabel dengan faktor (*Component*) yang terbentuk pada tabel *Rotated Component Matrix* sebagai berikut:

Tabel 33. *Rotated Component Matrix*

Rotated Component Matrix						
	Component					
	1	2	3	4	5	6
Minat	0,039	0,195	0,247	0,030	0,706	0,073
Reputasi	0,427	0,600	0,039	0,212	0,165	0,243
Prospek yang cerah	0,254	0,468	0,095	0,563	0,165	0,309
Beasiswa	0,624	0,149	-0,005	0,321	-0,005	0,178
Prosedur pembayaran	0,765	0,043	0,048	-0,020	0,016	0,033
Aksesibilitas Perguruan Tinggi	0,171	0,066	0,101	0,818	0,128	0,137
Perguruan Tinggi dekat kota	0,196	0,244	0,503	0,583	-0,043	0,231
Saran saudara	-0,022	0,079	0,198	0,640	0,215	-0,289
Informasi dari media sosial	0,084	0,182	0,126	0,065	0,269	0,803
Promosi *online*	0,248	-0,099	0,028	0,049	0,549	0,606
Promosi *offline*	0,134	-0,001	-0,152	0,311	0,693	0,243
Prestasi mahasiswa	0,570	0,465	0,042	0,067	0,253	0,256
Alumni yang sukses	0,459	0,298	0,186	0,448	-0,194	0,427
Kualitas pengajar	0,508	0,396	0,385	0,179	0,397	0,147
Kualitas pengajaran	0,657	0,429	0,276	0,044	0,365	0,052
Kegiatan ekstra kurikuler	0,078	0,228	0,719	0,021	-0,129	0,390
Administrasi	0,708	-0,100	0,253	0,138	0,100	-0,001
Fasilitas gedung	0,201	0,305	0,761	0,271	0,067	-0,008
Fasilitas pendukung	0,185	0,116	0,737	0,182	0,362	-0,105
Lingkungan Perguruan Tinggi yang nyaman	-0,014	0,792	0,349	0,086	0,033	-0,046
Perguruan Tinggi yang aman	0,073	0,781	0,172	0,118	0,031	0,068
Extraction Method: Principal Component Analysis. *Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.*						
a. Rotation converged in 10 iterations.						

Sumber: Lampiran 9

6. Nama Faktor

Berdasarkan keseluruhan proses Analisis Faktor di atas, maka dapat disusun pengelompokan *item-item* yang terlibat pada masing-masing faktor inti dengan penamaan baru sebagai berikut:

Tabel 34. Hasil Analisis Faktor

Faktor	Nama Faktor	Item Yang Terlibat pada Faktor Inti	Factor Loading
1	Kualitas Sumber Daya Manusia	Prosedur pembayaran (X2.4)	0,765
		Administrasi (X6.3)	0,708
		Kualitas pengajaran (X6.1)	0,657
		Beasiswa (X2.2)	0,624
		Prestasi mahasiswa (X5.1)	0,570
		Kualitas pengajar (X5.3)	0,508
		Alumni yang sukses (X5.2)	0,459
2	Citra Perguruan Tinggi	Lingkungan Perguruan Tinggi yang nyaman (X7.3)	0,792
		Perguruan Tinggi yang aman (X7.4)	0,781
		Reputasi (X1.4)	0,600
3	Fasilitas	Fasilitas gedung (X7.1)	0,761
		Fasilitas pendukung (X7.2)	0,737
		Kegiatan ekstra kurikuler (X6.2)	0,719
4	Lokasi	Aksesibilitas Perguruan Tinggi (X3.1)	0,818
		Saran saudara (X4.2)	0,640
		Perguruan Tinggi dekat kota (X3.2)	0,583
		Prospek yang cerah (X1.5)	0,563
5	Referensi	Minat (X1.1)	0,706
		Promosi *offline* (X4.7)	0,693
6	Pemasaran digital	Informasi dari media sosial (X4.5)	0,803
		Promosi *online* (X4.6)	0,606

Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan Tabel 34. dapat diketahui bahwa Faktor 1 dinamakan Kualitas Sumber Daya Manusia yang terdiri atas *item* Prosedur pembayaran (X2.4), Administrasi (X6.3), Kualitas pengajaran (X6.1), Beasiswa (X2.2), Prestasi mahasiswa (X5.1), Kualitas pengajar (X5.3) dan Alumni yang sukses (5.2). Faktor 2 dinamakan Citra Perguruan Tinggi yang terdiri atas *item* Lingkungan Perguruan Tinggi yang nyaman (X7.3), Perguruan Tinggi yang aman (X7.4) dan Reputasi (X1.4). Faktor 3 dinamakan Fasilitas yang terdiri atas *item* Fasilitas gedung (X7.1), Fasilitas pendukung (X7.2) dan Kegiatan ekstra kulikuler (X6.2). Faktor 4 dinamakan Lokasi yang terdiri atas *item* Aksesibilitas Perguruan Tinggi (X3.1), Saran saudara (X4.2), Perguruan Tinggi dekat kota (X3.2) dan Prospek yang cerah (X1.5). Faktor

5 dinamakan Referensi yang terdiri atas *item* Minat (X1.1) dan Promosi *offline* (X4.7). dan Faktor 6 yang dinamakan Pemasaran digital yang terdiri atas *item* Informasi dari media sosial (X4.5) dan Promosi *online* (X4.6).

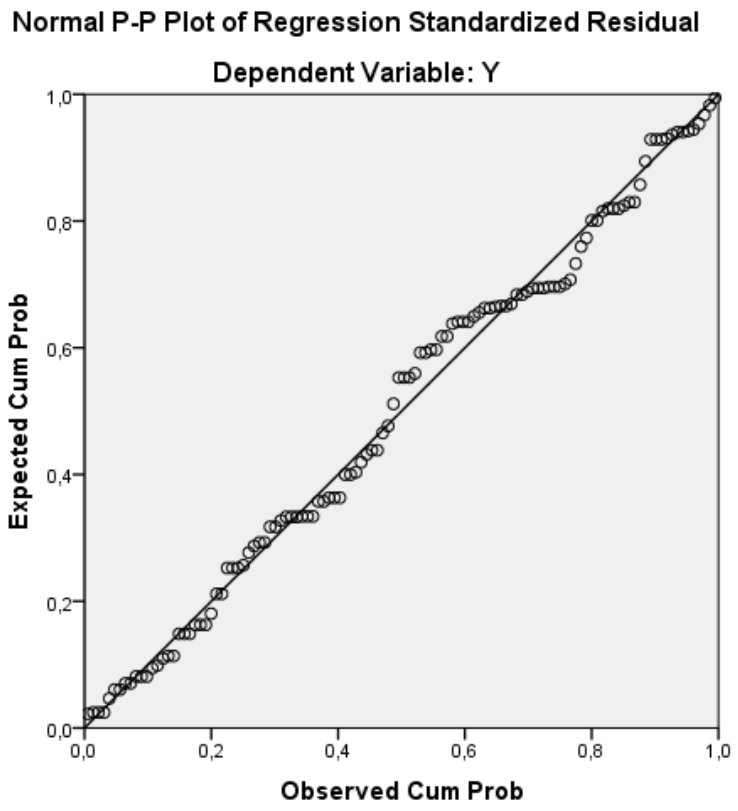
E. Hasil Regresi Linear Berganda

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah asumsi residual yang berdistribusi normal. Asumsi ini harus terpenuhi untuk model regresi linier yang baik. Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen maupun variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak.

Dalam penelitian ini digunakan cara analisis *normal probability plot*. Analisis normal data dengan menggunakan *normal probability plot* dilakukan dengan cara melihat apakah data menyebar disekitar garis diagonal atau tidak, jika menyebar dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas. Sebaliknya, jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka regresi tidak memenuhi normalitas. (Ghozali, 2016: 156).

Hasil uji dengan SPSS 24 pada data set sesuai dengan hasil Analisis Faktor pada Tabel 34 menunjukkan penyebaran data yang normal dengan grafik normalitas data sebagai berikut:



Gambar 2. Grafik Normalitas Data
Sumber: Lampiran 10

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multkolinieritas, yaitu adanya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi. Sedangkan model regresi yang memenuhi syarat adalah tidak adanya hubungan linier antar variabel independen. (Wiyono, 2011: 157)

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2016: 103). Model regresi yang bebas dari multikoliniearitas adalah model yang memiliki nilai *tolerance* ≥ 0,01 atau jika nilai *variance inflation factor* (VIF) ≤ 10.

Jika nilai *Tolerance* > 0,10 berarti tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi, jika nilai Tolerance < 0,10 berarti terjadi multikolinieritas dalam model regresi

Jika nilai VIF < 10,00 maka berarti tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi, jika nilai VIF > 10,00 maka berarti terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Hasil uji dengan SPSS 24 pada data set sesuai dengan hasil Analisis Faktor pada Tabel 34, menunjukkan hasil uji multikolinieritas sebagai berikut,

Tabel 35. Koefisien Uji Multikolinieritas

Coefficients								
Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*	t	Sig.	*Collinearity Statistics*	
		B	*Std. Error*	*Beta*			*Tolerance*	VIF
1	*(Constant)*	0,751	0,284		2,646	0,009		
	Kualitas Sumber Daya Manusia	0,234	0,086	0,236	2,720	0,008	0,513	1,948
	Citra Perguruan Tinggi	0,497	0,130	0,511	3,832	0,000	0,218	4,591
	Fasilitas	-0,246	0,148	-0,244	-1,662	0,099	0,179	5,571
	Lokasi	0,230	0,070	0,273	3,273	0,001	0,556	1,798
	Referensi	0,216	0,056	0,285	3,863	0,000	0,714	1,401
	Pemasaran Digital	-0,084	0,056	-0,113	-1,502	0,136	0,684	1,462
a. *Dependent Variable*: Keputusan Pemilihan								

Sumber: Lampiran 10

Pada Tabel 35 di atas dapat diketahui bahwa seluruh nilai *Tolerance* > 0,1 dan seluruh nila VIF < 10, sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak ada hubungan multikolinieritas antar variabel independen.

3. Uji Heteroskedasisitas

Uji heteroskedasititas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedasititas, yaitu adanya

ketidaksamaan varian pada model regresi (Wiyono, 2011:160). Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini, maka menggunakan metode Spearman *Rank Corellation*. Jika hasil pengujian menunjukkan lebih dari α = 5% maka tidak ada heteroskedastisitas.

Hasil uji dengan SPSS 24 pada data set sesuai dengan hasil Analisis Faktor pada Tabel 34 menunjukkan hasil uji heteroskedasititas sebagai berikut.

Tabel 36. Ringkasan Uji Heteroskedasititas

Correlations		***Alpha***
Sig. (2-tailed)	***Unstandardized Residual***	
Kualitas Sumber Daya Manusia	0,623	> 0.05
Citra Perguruan Tinggi	0,619	> 0.05
Fasilitas	0,756	> 0.05
Lokasi	0,926	> 0.05
Referensi	0,868	> 0.05
Pemasaran Digital	0,703	> 0.05

Sumber: Lampiran 10

Berdasarkan hasil uji heteroskedasititas pada Lampiran 10 dan Tabel 36 di atas dapat diketahui bahwa seluruh nilai hasil pengujian lebih besar dari 0,05 (α = 5%), sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak ada heteroskedasititas

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Variabel independen di asumsikan random (stokastik), yang berarti mempunyai

distribusi probabilistik. Variabel independen di asumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang).

Hasil analisis dengan SPSS 24 pada data set sesuai dengan hasil Analisis Faktor pada Tabel 34 menunjukkan ringkasan hasil analisis Regresi Linear Berganda sebagai berikut:

Tabel 37. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Ringkasan Analisis Regresi Linear Berganda			
Variabel	**Koefisien regresi**	**t hitung**	**Sig.**
Konstanta	0,751		
Kualitas Sumber Daya Manusia (X1)	0,234	2,720	0,008
Citra Perguruan Tinggi (X2)	0,497	3,832	0,000
Fasilitas (X3)	-0,246	-1,662	0,099
Lokasi (X4)	0,230	3,273	0,001
Referensi (X5)	0,216	3,863	0,000
Pemasaran Digital (X6)	-0,084	-1,502	0,136
F hitung	24,561		
R square	0,570		

Sumber: Lampiran 11

Berdasarkan hasil Analisis Regresi Liniear Berganda pada Lampiran 11 dan Tabel 37 di atas maka diketahui persamaan liniear untuk penelitian ini adalah:

$$\mathbf{Y = 0{,}751 + 0{,}234X1 + 0{,}497X2 - 0{,}246X3 + 0{,}230X4 + 0{,}216X5 - 0{,}084X6 + \varepsilon}$$

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui jumlah atau kontribusi pengaruh variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 37 hasil dari R Square atau R^2 (koefisien determinasi) adalah

sebesar 0,570 yang berarti terdapat kontribusi pengaruh variabel independen (X1, X2, X3, X4, X5 dan X6) secara simultan terhadap variabel dependen (Y) sebesar 57 persen, sedangkan 43 persen yang lain dipengaruhi oleh variabel-variabel diluar penelitian.

Korelasi koefisien menunjukkan kekuatan hubungan antara variabel independen yang dinamakan Kualitas Sumber Daya Manusia, Citra Perguruan Tinggi, Fasilitas, Lokasi, Referensi, dan Pemasaran Digital dengan variabel Keputusan Pemilihan , *R value* (koefisien korelasi) sebesar 0,755 (lampiran 11, Tabel Model Summary), koefisien korelasi menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen yang dinamakan dinamakan Kualitas Sumber Daya Manusia, Citra Perguruan Tinggi, Fasilitas, Lokasi, Referensi, dan Pemasaran Digital dengan variabel Keputusan Pemilihan yang dapat dikategorikan sebagai kategori Kuat karena berada dalam interval diantara 0,6 – 0,8. (Ghozali, 2016: 171).

6. Uji Hipotesis

Hipotesis yang diuji penelitian ini adalah:

1) H1 : X1, X2, X3, X4, X5 dan X6 secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pemilihan (Y)

2) H2 : X1, X2, X3 ,X4, X5 dan X6 masing-masing berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pemilihan (Y)

a. Uji Simultan (Uji Statistik F)

Uji F yaitu uji kebaikan model pada tingkat X tertentu, kriteria pengujiannya sebagai berikut:

1) Apabila F hitung ≥ F tabel, maka H0 ditolak dan H1 diterima

2) Apabila F hitung < F tabel, maka H0 diterima dan H1 ditolak

Hasil perhitungan uji Statistik F adalah sebagai berikut:

Nilai F Hitung dari tabel Anova Lampiran 11 adalah 24,561, nilai F Tabel (0,05, df1=6, df2=112) dengan fungsi =FINV(0,05;6;112) pada Microsoft Excell adalah 2,181, karena F Hitung > F Tabel, maka dinyatakan bahwa X1, X2, X3, X4, X5 dan X6 secara bersama-sama berpengaruh signifikan pada Y.

b. Uji Parsial (Uji Statistik t)

Uji t adalah suatu uji yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen dengan parsial atau individual terhadap variabel dependen. Adapun kriteria yang digunakan adalah:

1) H0 = bi = 0, artinya suatu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2) H1 = bi > 0, artinya suatu variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1) Apabila t hitung > t tabel, maka H0 ditolak dan H2 diterima.

2) Apabila t hitung < t tabel, maka H0 diterima dan H2 ditolak.

Rekapitulasi hasil penghitungan uji statistik t pada Lampiran 11 disajikan pada Tabel 38 sebagai berikut:

Tabel 38. Hasil Uji Statistik t

t hitung vs t tabel	Hipotesis	Kesimpulan
2,720 > 1,982	H2 diterima	X1 secara parsial berpengaruh signifikan pada Y
3,832 > 1,982	H2 diterima	X2 secara parsial berpengaruh signifikan pada Y
-1,662 < 1,982	H2 ditolak	X3 secara parsial tidak berpengaruh signifikan pada Y
3,273 > 1,982	H2 diterima	X4 secara parsial berpengaruh signifikan pada Y
3,863 > 1,982	H2 diterima	X5 secara parsial berpengaruh signifikan pada Y
-1,502 < 1,982	H2 ditolak	X6 secara parsial tidak berpengaruh signifikan pada Y

Sumber: Lampiran 11

F. Diskusi Hasil Penelitian

1. Diskusi Hasil Analisis Deskriptif

a. Variabel Program

Variabel Program terdiri dari 5 *item* yaitu Minat (X1.1), Kemampuan Akademik (X1.2), Ketersediaan Program (X1.3), Reputasi (X1.4) dan Prospek yang Cerah (X1.5) jawaban yang di dapat dari 118 orang responden menunjukkan hasil sebagai berikut:

Item Minat (X1.1) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 40 orang responden atau 33,90 persen menjawab sangat setuju, 62 orang responden atau 52,54 persen menjawab setuju, 16 orang responden atau 13,56 persen menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Minat (X1.1) adalah 4,203 dan bisa dikatakan Sangat Baik. .Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Sangat Setuju jika Minat merupakan salah satu

alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Kemampuan Akademik (X1.2) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 38 orang responden atau 32,20 persen menjawab sangat setuju, 59 orang responden atau 50 persen menjawab setuju, 18 orang responden atau 15,25 persen menjawab netral, 3 orang responden atau 2,54 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Kemampuan Akademik (X1.2) adalah 4,119 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Kemampuan Akademik merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Ketersediaan Program (X1.3) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 10 orang responden atau 8,47 persen menjawab sangat setuju, 18 orang responden atau 15,25 persen menjawab setuju, 44 orang responden atau 37,29 persen menjawab netral, 41 orang responden atau 34,75 persen menjawab tidak setuju, dan 5 orang responden atau 4,24 persen menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Ketersediaan Program (X1.3) adalah 2,890 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab

Netral jika Ketersediaan Program merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Reputasi (X1.4) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 33 orang responden atau 27,97 persen menjawab sangat setuju, 73 orang responden atau 61,86 persen menjawab setuju, 12 orang responden atau 10,17 persen menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Reputasi (X1.4) adalah 4,178 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Reputasi merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Prospek yang Cerah (X1.5) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 19 orang responden atau 16,10 persen menjawab sangat setuju, 53 orang responden atau 44,92 persen menjawab setuju, 45 orang responden atau 38,14 persen menjawab netral, 1 orang responden atau 0,85 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Prospek yang Cerah (X1.5) adalah 3,763 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika

Prospek yang Cerah merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Grand mean (rata-rata keseluruhan) variabel Program (X1) adalah sebesar 3,831 yang berarti Baik, mayoritas responden menjawab Setuju terhadap semua pertanyaan yang ada pada variabel Program (X1) pada kuesioner penelitian. Berdasarkan hasil *grand mean* (rata-rata keseluruhan) dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab setuju bahwa Keputusan Pemilihan mereka dipengaruhi oleh Program. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Proboyo dan Sudarsono (2005) yang menyatakan bahwa Minat siswa, kemampuan untuk mengikuti kuliah, dan saran orang tua adalah tiga faktor penting teratas yang mempengaruhi siswa sekolah menengah dalam memilih institusi pendidikan tinggi mereka. Sedangkan untuk atribut institusi, reputasi dan nilai-nilai lembaga serta keberhasilan alumninya adalah tiga faktor teratas yang mempengaruhi keputusan dalam memilih institusi pendidikan tinggi.

b. Variabel Harga

Variabel Harga terdiri dari 4 *item* yaitu Biaya kuliah yang terjangkau (X2.1), Beasiswa (X2.2), Biaya hidup (X2.3) dan Prosedur pembayaran (X2.4) jawaban yang di dapat dari 118 orang responden menunjukkan hasil sebagai berikut:

Item Biaya kuliah yang terjangkau (X2.1) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 13 orang responden

atau 11,02 persen menjawab sangat setuju, 23 orang responden atau 19,49 persen menjawab setuju, 56 orang responden atau 47,46 persen menjawab netral, 25 orang responden atau 21,19 persen menjawab tidak setuju, dan 1 orang responden atau 0,85 persen menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Biaya kuliah yang terjangkau (X2.1) adalah 3,186 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika Biaya kuliah yang terjangkau merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Beasiswa (X2.2) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 13 orang responden atau 11,02 persen menjawab sangat setuju, 19 orang responden atau 16,10 persen menjawab setuju, 80 orang responden atau 67,80 persen menjawab netral, 6 orang responden atau 5,08 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Beasiswa (X2.2) adalah 3,331 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika Beasiswa merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Biaya hidup (X2.3) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 27 orang responden atau 22,88 persen

menjawab sangat setuju, 58 orang responden atau 49,15 persen menjawab setuju, 33 orang responden atau 27,97 persen menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Biaya hidup (X2.3) adalah 3,949 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Biaya hidup merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Prosedur pembayaran (X2.4) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 9 orang responden atau 7,63 persen menjawab sangat setuju, 45 orang responden atau 38,14 persen menjawab setuju, 60 orang responden atau 50,85 persen menjawab netral, 4 orang responden atau 3,39 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Prosedur pembayaran (X2.4) adalah 3,500 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Prosedur pembayaran merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Grand mean (rata-rata keseluruhan) variabel Harga (X2) adalah sebesar 3,492 yang berarti Baik. Mayoritas responden menjawab Setuju terhadap semua pertanyaan yang ada pada variabel Harga (X2) pada

kuesioner penelitian. Berdasarkan hasil *grand mean* (rata-rata keseluruhan) dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab setuju bahwa Keputusan Pemilihan mereka dipengaruhi oleh Harga. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Seehanate (2017) yang menyatakan bahwa *Product, price, place, people* dan *physical evidence* memiliki hubungan dengan seleksi institusi.

c. Variabel Tempat

Variabel Tempat terdiri dari 2 *item* yaitu Aksesibilitas Perguruan Tinggi (X3.1) dan Perguruan Tinggi dekat kota (X3.2), jawaban yang di dapat dari 118 orang responden menunjukkan hasil sebagai berikut:

Item Aksesibilitas Perguruan Tinggi (X3.1) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 31 orang responden atau 26,27 persen menjawab sangat setuju, 58 orang responden atau 49,15 persen menjawab setuju, 26 orang responden atau 22,03 persen menjawab netral, 3 orang responden atau 2,54 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Aksesibilitas Perguruan Tinggi (X3.1) adalah 3,992 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Aksesibilitas Perguruan Tinggi merupakan salah

satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Perguruan Tinggi dekat kota (X3.2) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 34 orang responden atau 28,81 persen menjawab sangat setuju, 44 orang responden atau 37,29 persen menjawab setuju, 35 orang responden atau 29,66 persen menjawab netral, 5 orang responden atau 4,24 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Perguruan Tinggi dekat kota (X3.2) adalah 3,907 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Perguruan Tinggi dekat kota merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Grand mean (rata-rata keseluruhan) variabel Tempat (X3) adalah sebesar 3,949 yang berarti Baik. Mayoritas responden menjawab Setuju terhadap semua pertanyaan yang ada pada variabel Tempat (X3) pada kuesioner penelitian. Berdasarkan hasil *grand mean* (rata-rata keseluruhan) dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab setuju bahwa Keputusan Pemilihan mereka dipengaruhi oleh Tempat. Hal ini sesuai dengan penelitian Muhyidin (2015) yang menyatakan bahwa produk (*product*), lokasi (*place*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical*

evidence) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih universitas.

d. Variabel Promosi

Variabel Promosi terdiri dari 7 *item* yaitu Saran Orang Tua (X4.1), Saran Saudara (X4.2), Saran Teman (X4.3), Saran Guru Sekolah (X4.4), Informasi dari Media Sosial (X4.5), Promosi *Online* (X4.6) dan Promosi *Offline* (X4.7), jawaban yang di dapat dari 118 orang responden menunjukkan hasil sebagai berikut:

Item Saran Orang Tua (X4.1) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 20 orang responden atau 16,95 persen menjawab sangat setuju, 35 orang responden atau 29,66 persen menjawab setuju, 27 orang responden atau 22,88 persen menjawab netral, 36 orang responden atau 30,51 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Saran Orang Tua (X4.1) adalah 3,331 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika Saran Orang Tua merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Saran Saudara (X4.2) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 3 orang responden atau 2,54 persen menjawab sangat setuju, 35 orang responden atau 29,66 persen menjawab setuju, 34 orang responden atau 28,81 persen menjawab

netral, 46 orang responden atau 38,98 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Saran Saudara (X4.2) adalah 2,958 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika Saran Saudara merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Saran Teman (X4.3) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 12 orang responden atau 10,17 persen menjawab sangat setuju, 24 orang responden atau 20,34 persen menjawab setuju, 39 orang responden atau 33,05 persen menjawab netral, 40 orang responden atau 33,90 persen menjawab tidak setuju, dan 3 orang responden atau 2,54 persen menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Saran Teman (X4.3) adalah 3,017 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika Saran Teman merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Saran Guru Sekolah (X4.4) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 4 orang responden atau 3,39 persen menjawab sangat setuju, 29 orang responden atau 24,58 persen menjawab setuju, 46 orang responden atau 38,98 persen menjawab netral, 38 orang responden atau 32,20 persen menjawab tidak setuju, dan

1 orang responden atau 0,85 persen menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Saran Guru Sekolah (X4.4) adalah 2,975 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika Saran Guru Sekolah merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Informasi dari Media Sosial (X4.5) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 2 orang responden atau 1,69 persen menjawab sangat setuju, 31 orang responden atau 26,27 persen menjawab setuju, 55 orang responden atau 46,61 persen menjawab netral, 28 orang responden atau 23,73 persen menjawab tidak setuju, dan 2 orang responden atau 1,69 persen menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Informasi dari Media Sosial (X4.5) adalah 3,025 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika Informasi dari Media Sosial merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Promosi *Online* (X4.6) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana tidak ada responden yang menjawab sangat setuju, 20 orang responden atau 16,95 persen menjawab setuju, 52 orang responden atau 44,07 persen menjawab netral, 42 orang responden atau 35,59 persen menjawab tidak setuju, dan 4 orang responden atau 3,39

persen menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Promosi *Online* (X4.6) adalah 2,746 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika Promosi *Online* merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Promosi *Offline* (X4.7) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 3 orang responden atau 2,54 persen menjawab sangat setuju, 21 orang responden atau 17,80 persen menjawab setuju, 33 orang responden atau 27,97 persen menjawab netral, 51 orang responden atau 43,22 persen menjawab tidak setuju, dan 10 orang responden atau 8,47 persen menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Promosi *Offline* (X4.7) adalah 2,627 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika Promosi *Offline* merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Grand mean (rata-rata keseluruhan) variabel Promosi (X4) adalah sebesar 2,954 yang berarti Sedang. Mayoritas responden menjawab Netral terhadap semua pertanyaan yang ada pada variabel Promosi (X4) pada kuesioner penelitian. Berdasarkan hasil *grand mean* (rata-rata keseluruhan) dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral

bahwa Keputusan Pemilihan mereka dipengaruhi oleh Promosi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Proboyo dan Sudarsono (2005) yang menyatakan bahwa Minat siswa, kemampuan untuk mengikuti kuliah, dan saran orang tua adalah tiga faktor penting teratas yang mempengaruhi siswa sekolah menengah dalam memilih institusi pendidikan tinggi mereka. Sedangkan untuk atribut institusi, reputasi dan nilai-nilai lembaga serta keberhasilan alumninya adalah tiga faktor teratas yang mempengaruhi keputusan dalam memilih institusi pendidikan tinggi.

e. Variabel Sumber Daya Manusia

Variabel Promosi terdiri dari 3 *item* yaitu Prestasi Mahasiswa (X5.1), Alumni yang Sukses (X5.2) dan Kualitas Pengajar (X5.3), jawaban yang di dapat dari 118 orang responden menunjukkan hasil sebagai berikut:

Item Prestasi Mahasiswa (X5.1) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 24 orang responden atau 20,34 persen menjawab sangat setuju, 63 orang responden atau 53,39 persen menjawab setuju, 24 orang responden atau 20,34 persen menjawab netral, 7 orang responden atau 5,93 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Prestasi Mahasiswa (X5.1) adalah 3,881 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika

Prestasi Mahasiswa merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Alumni yang Sukses (X5.2) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 11 orang responden atau 9,32 persen menjawab sangat setuju, 66 orang responden atau 55,93 persen menjawab setuju, 41 orang responden atau 34,75 persen menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Alumni yang Sukses (X5.2) adalah 3,746 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Alumni yang Sukses merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Kualitas Pengajar (X5.3) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 11 orang responden atau 9,32 persen menjawab sangat setuju, 56 orang responden atau 47,46 persen menjawab setuju, 51 orang responden atau 43,22 persen menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Kualitas Pengajar (X5.3) adalah 3,661 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Kualitas

Pengajar merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Grand mean (rata-rata keseluruhan) variabel Sumber Daya Manusia (X5) adalah sebesar 3,763 yang berarti Baik. Mayoritas responden menjawab Setuju terhadap semua pertanyaan yang ada pada variabel Sumber Daya Manusia (X5) pada kuesioner penelitian. Berdasarkan hasil *grand mean* (rata-rata keseluruhan) dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab setuju bahwa Keputusan Pemilihan mereka dipengaruhi oleh Sumber Daya Manusia. Hal ini sesuai dengan penelitian Tirumalai *et al* (2017) yang meyatakan bahwa faktor-faktor akademik program yang ditawarkan, citra dan reputasi lembaga, periklanan, pameran karier, kualitas staf, prospek kerja lulusan dari lembaga, memiliki pengaruh yang sangat tinggi pada keputusan oleh siswa untuk memilih Universitas

f. Variabel Proses

Variabel Proses terdiri dari 3 *item* yaitu Kualitas Pengajaran (X6.1), Kegiatan ektra kulikuler (X6.2) dan Administrasi (X6.3), jawaban yang di dapat dari 118 orang responden menunjukkan hasil sebagai berikut:

Item Kualitas Pengajaran (X6.1) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 13 orang responden atau 11,02 persen menjawab sangat setuju, 59 orang responden atau 50,00 persen

menjawab setuju, 43 orang responden atau 36,44 persen menjawab netral, 3 orang responden atau 2,54 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Kualitas Pengajaran (X6.1) adalah 3,695 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Kualitas Pengajaran merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Kegiatan ektra kulikuler (X6.2) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 19 orang responden atau 16,10 persen menjawab sangat setuju, 47 orang responden atau 39,83 persen menjawab setuju, 46 orang responden atau 38,98 persen menjawab netral, 6 orang responden atau 5,08 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Kegiatan ektra kurikuler (X6.2) adalah 3,669 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Kegiatan ektra kulikuler merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Administrasi (X6.3) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 9 orang responden atau 7,63 persen menjawab sangat setuju, 36 orang responden atau 30,51 persen menjawab setuju, 61 orang responden atau 51,69 persen menjawab netral, 10 orang responden

atau 8,47 persen menjawab tidak setuju, dan 2 orang responden atau 1,69 persen menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Administrasi (X6.3) adalah 3,339 dan bisa dikatakan Sedang. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Netral jika Administrasi merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Grand mean (rata-rata keseluruhan) variabel Proses (X6) adalah sebesar 3,568 yang berarti Baik. Mayoritas responden menjawab Setuju terhadap semua pertanyaan yang ada pada variabel Proses (X6) pada kuesioner penelitian. Berdasarkan hasil *grand mean* (rata-rata keseluruhan) dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab setuju bahwa Keputusan Pemilihan mereka dipengaruhi oleh Proses. Hal ini sesuai dengan penelitian Muhyidin (2015) yang menyatakan bahwa produk (*product*), lokasi (*place*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih universitas.

g. Variabel Bukti Fisik

Variabel Bukti Fisik terdiri dari 4 *item* yaitu Fasilitas gedung (X7.1), Fasilitas pendukung (X7.2), Lingkungan Perguruan Tinggi yang nyaman (X7.3) dan Perguruan Tinggi yang aman (X7.4), jawaban yang di dapat dari 118 orang responden menunjukkan hasil sebagai berikut:

Item Fasilitas gedung (X7.1) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 37 orang responden atau 31,36 persen menjawab sangat setuju, 54 orang responden atau 45,76 persen menjawab setuju, 25 orang responden atau 21,19 persen menjawab netral, 2 orang responden atau 1,69 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Fasilitas Gedung (X7.1) adalah 4,068 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Fasilitas Gedung merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Fasilitas pendukung (X7.2) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 21 orang responden atau 17,80 persen menjawab sangat setuju, 60 orang responden atau 50,85 persen menjawab setuju, 29 orang responden atau 24,58 persen menjawab netral, 8 orang responden atau 6,78 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Fasilitas Pendukung (X7.2) adalah 3,797 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Fasilitas Pendukung merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Lingkungan Perguruan Tinggi yang nyaman (X7.3) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 41 orang responden atau 34,75 persen menjawab sangat setuju, 63 orang responden atau 53,39 persen menjawab setuju, 14 orang responden atau 11,86 persen menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Lingkungan Perguruan Tinggi yang nyaman (X7.3) adalah 4,229 dan bisa dikatakan Sangat Baik. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Sangat Setuju jika Lingkungan Perguruan Tinggi yang nyaman merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Perguruan Tinggi yang aman (X7.4) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 23 orang responden atau 19,49 persen menjawab sangat setuju, 60 orang responden atau 50,85 persen menjawab setuju, 34 orang responden atau 28,81 persen menjawab netral, 1 orang responden atau 0,85 persen menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Perguruan Tinggi yang aman (X7.4) adalah 3,890 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Perguruan Tinggi yang aman merupakan salah satu

alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Grand mean (rata-rata keseluruhan) variabel Bukti Fisik (X7) adalah sebesar 3,996 yang berarti Baik. Mayoritas responden menjawab Setuju terhadap semua pertanyaan yang ada pada variabel Bukti Fisik (X7) pada kuesioner penelitian. Berdasarkan hasil *grand mean* (rata-rata keseluruhan) dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab setuju bahwa Keputusan Pemilihan mereka dipengaruhi oleh Bukti Fisik. Hal ini sesuai dengan penelitian Muhyidin (2015) yang menyatakan bahwa produk (*product*), lokasi (*place*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih universitas.

h. Variabel Keputusan Pemilihan

Variabel Keputusan Pemilihan terdiri dari 5 *item* yaitu masa depan lebih baik (Y1.1), kesesuaian informasi (Y1.2), pilihan terbaik (Y1.3), Keputusan pemilihan sudah tepat (Y1.4) dan kepuasan pemilihan (Y1.5), jawaban yang di dapat dari 118 orang responden menunjukkan hasil sebagai berikut:

Item Masa depan lebih baik (Y1.1) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 30 orang responden atau 25,42 persen menjawab sangat setuju, 83 orang responden atau 70,34 persen menjawab setuju, 5 orang responden atau 4,24 persen menjawab netral,

tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Masa depan lebih baik (Y1.1) adalah 4,212 dan bisa dikatakan Sangat Baik. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Sangat Setuju jika Masa depan lebih baik merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Kesesuaian informasi (Y1.2) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 21 orang responden atau 17,80 persen menjawab sangat setuju, 80 orang responden atau 67,80 persen menjawab setuju, 17 orang responden atau 14,41 persen menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Kesesuaian informasi (Y1.2) adalah 4,034 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Kesesuaian informasi merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Pilihan terbaik (Y1.3) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 18 orang responden atau 15,25 persen menjawab sangat setuju, 40 orang responden atau 33,90 persen menjawab setuju, 37 orang responden atau 31,36 persen menjawab netral, 23 orang responden atau 19,49 persen menjawab tidak setuju, dan

tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Pilihan terbaik (Y1.3) adalah 3,449 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Pilihan terbaik merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Keputusan pemilihan sudah tepat (Y1.4) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 36 orang responden atau 30,31 persen menjawab sangat setuju, 65 orang responden atau 55,08 persen menjawab setuju, 17 orang responden atau 14,41 persen menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata) untuk *item* Keputusan pemilihan sudah tepat (Y1.4) adalah 4,161 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Keputusan pemilihan sudah tepat merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Item Kepuasan pemilihan (Y1.5) dengan total responden sebanyak 118 orang responden di mana 35 orang responden atau 29,66 persen menjawab sangat setuju, 55 orang responden atau 46,61 persen menjawab setuju, 28 orang responden atau 23,73 persen menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Skor *mean* (rata-rata)

untuk *item* Kepuasan pemilihan (Y1.5) adalah 4,059 dan bisa dikatakan Baik. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab Setuju jika Kepuasan pemilihan merupakan salah satu alasan mereka memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. *Grand mean* (rata-rata keseluruhan) variabel Keputusan Pemilihan (Y) adalah sebesar 3,983 yang berarti Baik. Mayoritas responden menjawab Setuju terhadap semua pertanyaan yang ada pada variabel Keputusan Pemilihan (Y) pada kuesioner penelitian. Berdasarkan hasil *grand mean* (rata-rata keseluruhan) dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjawab setuju bahwa Keputusan Pemilihan mereka dipengaruhi oleh Program, Harga, Tempat, Promosi, Sumber Daya Manusia, Proses, dan Bukti Fisik. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Soedijati dan Pratminingsih (2011), yang menyatakan bahwa Marketing mix memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap student choice mahasiswa dalam memilih universitas.

2. Diskusi Hasil Analisis Faktor

Pada awalnya penelitian ini terdapat 28 *item* yang dikelompokkan dalam 7 variabel disesuaikan dengan 7p variabel bauran pemasaran menurut Kotler (2008), hasil analisis faktor pada 28 *item* disederhanakan oleh SPSS 24 menjadi 21 *item* yang tercakup dalam 6 faktor inti dengan persentase total varian sebesar 70,421 persen. Hasil tersebut membuktikan bahwa penelitian

ini mampu membuktikan bahwa terdapat faktor-faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi mahasiswa dalam melakukan keputusan pemilihan universitas sebesar 70,421 persen, sedangkan sisanya sebesar 29,579 persen dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam analisis faktor penelitian ini.

Penyederhanaan jumlah *item* dari 28 menjadi 21 *item* disebabkan oleh adanya kesamaan atribut *item* yang terdeteksi oleh SPSS 24 (Sujarweni, 2014), 6 faktor inti yang terbentuk beranggotakan *item-item* sebagai berikut:

a) Kualitas Sumber Daya Manusia yang terdiri atas *item* Prosedur pembayaran (X2.4), Administrasi (X6.3), Kualitas pengajaran (X6.1), Beasiswa (X2.2), Prestasi mahasiswa (X5.1), Kualitas pengajar (X5.3) dan Alumni yang sukses (5.2). Berdasarkan Tabel 30 dan Tabel 32 diketahui nilai *Eigen Value* adalah 7,770 dan *loading factor* masing *item* adalah sebagai berikut:

1) Prosedur pembayaran (X2.4) = 0,765
2) Administrasi (X6.3) = 0,708
3) Kualitas pengajaran (X6.1) = 0,657
4) Beasiswa (X2.2) = 0,624
5) Prestasi mahasiswa (X5.1) = 0,570
6) Kualitas pengajar (X5.3) = 0,508
7) Alumni yang sukses (X5.2) = 0,459

Dari data di atas dapat diketahui bahwa, komponen *item* yang terlibat sebagai anggota faktor pertama atau Kualitas Sumber Daya Manusia berasal dari 2 *item* variabel X2 (Harga) dengan *loading factor* rata-rata 0,695, 2 *item* variabel X6 (Proses) dengan *loading factor* rata-rata 0,683 dan 3 *item* berasal dari variabel X5 (Sumber Daya Manusia) dengan rata-rata *loading factor* 0,512. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Agrey dan Lampadan (2014) yang membuktikan bahwa faktor signifikan yang mempengaruhi pengambilan keputusan pilihan universitas ini termasuk dalam (1) Sistem pendukung, (2) lingkungan belajar dan prospek pekerjaan yang tinggi tingkat lulusan yang bekerja, (3) memiliki fasilitas olahraga yang baik, (4) program kehidupan siswa yang kuat, dan (5) lingkungan kampus serta fakultas pendukungnya yang aman dan ramah. Penelitian yang dilakukan oleh Seehanate (2017) yang menyatakan bahwa Produk/Program (*Product/Program*), Harga (*Price*), Lokasi (*Place*), Sumber Daya Manusia (*People*) dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*) memiliki hubungan dengan pemilihan institusi pendidikan tinggi.

b) Citra Perguruan Tinggi yang terdiri atas *item* Lingkungan Perguruan Tinggi yang nyaman (X7.3), Perguruan Tinggi yang aman, (X7.4) dan Reputasi (X1.4). Berdasarkan Tabel 30 dan Tabel 32 diketahui nilai *Eigen Value* adalah 1,976 dan *loading factor* masing *item* adalah sebagai berikut:

1) Lingkungan Perguruan Tinggi yang nyaman (X7.3) = 0,792

2) Perguruan Tinggi yang aman (X7.4) = 0,781

3) Reputasi (X1.4) = 0,600

Dari data di atas dapat diketahui bahwa, faktor kedua atau Citra Perguruan Tinggi beranggotakan komponen *item* yang berasal dari variabel X7 (Bukti Fisik) sebanyak 2 *item*, dengan *loading factor* rata-rata 0,787 dan 1 *item* berasal dari variabel X1 (Program) dengan *loading factor* 0,600. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Muhyidin (2015) menunjukkan bahwa harga (*price*), promosi (*promotion*), dan orang (*people*) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa, sedangkan produk (*product*), lokasi (*place*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa.

c) Fasilitas yang terdiri atas *item* Fasilitas gedung (X7.1), Fasilitas pendukung (X7.2) dan Kegiatan ekstra kurikuler (X6.2). Berdasarkan Tabel 30 dan Tabel 32 diketahui nilai *Eigen Value* adalah 1,437 dan *loading factor* masing *item* adalah sebagai berikut,

1) Fasilitas gedung (X7.1) = 0,761

2) Fasilitas pendukung (X7.2) = 0,737

3) Kegiatan ekstra kurikuler (X6.2) = 0,719

Dari data di atas dapat diketahui bahwa, faktor ke tiga atau Fasilitas beranggotakan komponen *item* yang berasal dari variabel X7 (Bukti Fisik) sebanyak 2 *item*, dengan *loading factor* rata-rata 0,752 dan 1 *item* berasal dari X6 (Proses) dengan *loading factor* 0,719. Hal ini sesuai

dengan hasil penelitian Muhyidin (2015) menunjukkan bahwa harga (*price*), promosi (*promotion*), dan orang (*people*) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa, sedangkan produk (*product*), lokasi (*place*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa.

d) Lokasi yang terdiri atas *item* Aksesibilitas Perguruan Tinggi (X3.1), Saran saudara (X4.2), Perguruan Tinggi dekat kota (X3.2) dan Prospek yang cerah (X1.5). Berdasarkan Tabel 30 dan Tabel 32 diketahui nilai *Eigen Value* adalah 1,351 dan *loading factor* masing *item* adalah sebagai berikut,

1) Aksesibilitas Perguruan Tinggi (X3.1) = 0,818
2) Saran saudara (X4.2) = 0,640
3) Perguruan Tinggi dekat kota (X3.2) = 0,583
4) Prospek yang cerah (X1.5) = 0,563

Dari data di atas dapat diketahui bahwa, faktor ke empat atau Lokasi beranggotakan komponen *item* yang berasal dari variabel X3 (Tempat) sebanyak 2 *item* dengan rata-rata *loading factor* 0,701, komponen *item* variabel X4 (Promosi) sebanyak 1 *item* dengan *loading factor* 0,640 dan 1 *item* yang lain berasal dari X1 (Program) dengan *loading factor* 0,563 Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Seehanate (2017) yang menyatakan bahwa Produk/Program (*Product/Program*), Harga (*Price*), Lokasi (*Place*), Sumber Daya Manusia (*People*) dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*) memiliki hubungan dengan pemilihan institusi

pendidikan tinggi. Lebih lanjut hasil penelitian Muhyidin (2015) menunjukkan bahwa harga (*price*), promosi (*promotion*), dan orang (*people*) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa, sedangkan produk (*product*), lokasi (*place*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa.

e) Referensi yang terdiri atas *item* Minat (X1.1) dan Promosi *offline* (X4.7). Berdasarkan Tabel 30 dan Tabel 32 diketahui nilai *Eigen Value* adalah 1,228 dan *loading factor* masing *item* adalah sebagai berikut,

1) Minat (X1.1) = 0,706
2) Promosi *offline* (X4.7) = 0,693

Dari data di atas dapat diketahui bahwa, faktor ke lima atau Referensi, beranggotakan komponen *item* yang berasal dari variabel X1 (Program) sebanyak 1 *item* dengan *loading factor* 0,706 dan 1 *item* variabel X4 (Promosi) dengan *loading factor* 0,693. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Proboyo dan Soedarsono (2015) yang menunjukkan bahwa minat siswa, kemampuan untuk mengikuti kuliah, dan saran orang tua adalah tiga faktor penting teratas yang mempengaruhi siswa sekolah menengah dalam memilih institusi pendidikan tinggi mereka. Lebih lanjut Anwari (2017) menyatakan bahwa *Product, price, place, promotion* dan *physical evidence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *decision making*. Persamaan antara penelitian Anwari (2017) dengan penelitian ini adalah pada variabel bebas dan terikatnya,

sedangkan perbedaan antara penelitian Anwari (2017) dengan penelitian ini adalah pada metode analisisnya.

f) Pemasaran digital yang terdiri atas *item* Informasi dari media sosial (X4.5) dan Promosi *online* (X4.6). Berdasarkan Tabel 30 dan Tabel 32 diketahui nilai *Eigen Value* adalah 1,027 dan *loading factor* masing *item* adalah sebagai berikut,

1) Informasi dari media sosial (X4.5) = 0,803
2) Promosi *online* (X4.6) = 0,606

Dari data di atas dapat diketahui bahwa, faktor ke enam atau Pemasaran digital, beranggotakan komponen *item* yang berasal dari variabel X4 (Promosi/) sebanyak 2 *item*, dengan *loading factor* rata-rata 0,705. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Samani *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa Promosi (*Promotion*) merupakan elemen utama dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*) merupakan elemen paling terakhir. Persamaan antara penelitian Samani *et al.* (2017) dengan penelitian ini adalah pada variabel bebas dan terikatnya, sedangkan perbedaan antara penelitian Samani *et al.* (2017) dengan penelitian ini adalah pada metode analisisnya.

3. Diskusi Hasil Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi liniear berganda pada diketahui persamaan liniear untuk penelitian ini adalah:

$$Y = 0{,}751 + 0{,}234X1 + 0{,}497X2 - 0{,}246X3 + 0{,}230X4 + 0{,}216X5 - 0{,}084X6 + \varepsilon$$

Persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

1) Keputusan Pemilihan akan meningkat sebesar 0,234 unit untuk setiap satu unit tambahan Kualitas Sumber Daya Manusia (X1). Jadi jika Kualitas Sumber Daya Manusia meningkat satu unit, maka Keputusan Pemilihan akan meningkat sebesar 0,234 unit dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
2) Keputusan Pemilihan akan meningkat sebesar 0,497 unit untuk setiap satu unit tambahan Citra Perguruan Tinggi (X2). Jadi jika Citra Perguruan Tinggi meningkat satu unit, maka Keputusan Pemilihan akan meningkat sebesar 0,497 unit dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
3) Keputusan Pemilihan akan berkurang sebesar 0,246 unit untuk setiap satu unit tambahan Fasilitas (X3). Jadi jika Fasilitas bertambah satu unit, maka Keputusan Pemilihan akan berkurang sebesar 0,246 unit dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
4) Keputusan Pemilihan akan meningkat sebesar 0,230 unit untuk setiap satu unit tambahan Lokasi (X4). Jadi jika Lokasi bertambah satu unit, maka Keputusan Pemilihan akan bertambah sebesar 0,230 unit dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
5) Keputusan Pemilihan akan meningkat sebesar 0,216 unit untuk setiap satu unit tambahan Referensi (X5). Jadi jika Referensi bertambah satu unit, maka Keputusan Pemilihan akan bertambah sebesar 0,216 unit dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

6) Keputusan Pemilihan akan berkurang sebesar 0,084 unit untuk setiap satu unit tambahan Pemasaran Digital (X6). Jadi jika Pemasaran Digital bertambah satu unit, maka Keputusan Pemilihan akan berkurang sebesar 0,084 unit dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Hasil analisis regresi linier berganda per faktor pada variabel Keputusan Pemilihan adalah sebagai berikut:

a) Hasil analisis regresi linier berganda Kualitas Sumber Daya Manusia pada Keputusan Pemilihan menunjukkan bahwa faktor Kualitas Sumber Daya Manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pemilihan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dibandingkan dengan t tabel (t hitung > t tabel). Faktor Kualitas Sumber Daya Manusia (X1) dengan t hitung sebesar 2,720 sedangkan t tabel bernilai 1,982, sehingga dapat dibuktikan jika Faktor Kualitas Sumber Daya Manusia yang beranggotakan *item* yang berasal dari 2 *item* variabel X2 (Harga), 2 *item* variabel X6 (Proses) dan 3 *item* berasal dari variabel X5 (Sumber daya Manusia), berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pemilihan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Agrey dan Lampadan (2014) yang membuktikan bahwa faktor signifikan yang mempengaruhi pengambilan keputusan pilihan universitas ini termasuk dalam (1) Sistem pendukung, (2) lingkungan belajar dan prospek pekerjaan yang tinggi tingkat lulusan yang bekerja, (3) memiliki fasilitas olahraga yang baik, (4) program kehidupan siswa yang kuat, dan (5) lingkungan

kampus serta fakultas pendukungnya yang aman dan ramah. Penelitian yang dilakukan oleh Seehanate (2017) yang menyatakan bahwa Produk/Program (*Product/Program*), Harga (*Price*), Lokasi *(Place*), Sumber Daya Manusia (*People*) dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*) memiliki hubungan dengan pemilihan institusi pendidikan tinggi.

b) Hasil analisis regresi linier berganda Citra Perguruan Tinggi pada Keputusan Pemilihan menunjukkan bahwa faktor Citra Perguruan Tinggi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pemilihan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dibandingkan dengan t tabel (t hitung > t tabel). Faktor Citra Perguruan Tinggi (X2) dengan t hitung sebesar 3,832 sedangkan t tabel bernilai 1,982, sehingga dapat dibuktikan jika Faktor Citra Perguruan Tinggi yang beranggotakan komponen *item* yang berasal dari 2 *item* variabel X7 (Bukti Fisik) dan 1 *item* berasal dari variabel X1 (Program), berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pemilihan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anwari (2017) yang menyatakan bahwa variabel Program, Produk, Bukti Fisik dan Lokasi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pemilihan, lebih lanjut hasil penelitian Muhyidin (2015) menunjukkan bahwa harga (*price*), promosi (*promotion*), dan orang *(people*) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa, sedangkan produk (*product*), lokasi (*place*), proses (*process*) dan bukti fisik

(*physical evidence*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa.

c) Hasil analisis regresi linier berganda Fasilitas pada Keputusan Pemilihan menunjukkan bahwa faktor Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pemilihan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih kecil dibandingkan dengan t tabel (t hitung > t tabel). Faktor Fasilitas dengan nilai t hitung sebesar -1,662 sedangkan t tabel bernilai 1,982, sehingga dapat dibuktikan jika faktor Fasilitas beranggotakan komponen *item* yang berasal dari 2 *item* variabel X7 (Bukti Fisik) dan 1 *item* berasal dari X6 (Proses) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Keputusan Pemilihan Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Samani *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa Promosi (*Promotion*) merupakan elemen utama dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*) merupakan elemen paling terakhir.

d) Hasil analisis regresi linier berganda Lokasi pada Keputusan Pemilihan menunjukkan bahwa faktor Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pemilihan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dibandingkan dengan t tabel (t hitung > t tabel). Faktor Lokasi dengan t hitung sebesar 3,273 sedangkan t tabel bernilai 1,982, sehingga dapat dibuktikan jika faktor Lokasi yang beranggotakan komponen *item* yang berasal dari 2 *item* variabel X3 (Tempat), 1 *item* X4 (Promosi), 1 *item* X1 (Program) berpengaruh

positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pemilihan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anwari (2017) yang menyatakan bahwa variabel Program, Produk, Bukti Fisik dan Lokasi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pemilihan, lebih lanjut hasil penelitian Muhyidin (2015) menunjukkan bahwa harga (*price*), promosi (*promotion*), dan orang (*people*) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa, sedangkan produk (*product*), lokasi (*place*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Seehanate (2017) menyatakan bahwa Produk/Program (*Product/Program*), Harga (*Price*), Lokasi (*Place*), Sumber Daya Manusia (*People*) dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*) memiliki hubungan dengan pemilihan institusi pendidikan tinggi.

e) Hasil analisis regresi linier berganda Referensi pada Keputusan Pemilihan menunjukkan bahwa faktor Referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pemilihan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dibandingkan dengan t tabel (t hitung > t tabel). Faktor Referensi dengan t hitung sebesar 3,863 sedangkan t tabel bernilai 1,982, sehingga dapat dibuktikan jika Faktor Referensi yang beranggotakan komponen *item* yang berasal dari 1 *item* variabel X1 (Program) dan 1 *item* variabel X4 (Promosi), berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan

Pemilihan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anwari (2017) yang menyatakan bahwa variabel Program, Produk, Bukti Fisik dan Lokasi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pemilihan, lebih lanjut hasil penelitian Muhyidin (2015) menunjukkan bahwa harga (*price*), promosi (*promotion*), dan orang (*people*) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa, sedangkan produk (*product*), lokasi (*place*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Seehanate (2017) menyatakan bahwa Produk/Program (*Product/Program*), Harga (*Price*), Lokasi (*Place*), Sumber Daya Manusia (*People*) dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*) memiliki hubungan dengan pemilihan institusi pendidikan tinggi. Sedangkan hasil penelitian Proboyo dan Soedarsono (2015) yang menunjukkan bahwa minat siswa, kemampuan untuk mengikuti kuliah, dan saran orang tua adalah tiga faktor penting teratas yang mempengaruhi siswa sekolah menengah dalam memilih institusi pendidikan tinggi mereka.

f) Hasil analisis regresi linier berganda Pemasaran Digital pada Keputusan Pemilihan menunjukkan bahwa faktor Pemasaran Digital tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pemilihan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih kecil dibandingkan dengan t tabel (t hitung > t tabel). Faktor Pemasaran Digital dengan nilai t hitung sebesar -1,502 sedangkan t tabel bernilai 1,982, sehingga dapat

dibuktikan jika faktor Pemasaran digital yang beranggotakan komponen *item* yang berasal dari 2 *item* variabel X4 (Promosi), tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Keputusan Pemilihan Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Samani *et al*. (2017) yang menyatakan bahwa Promosi (*Promotion*) merupakan elemen utama dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*) merupakan elemen paling terakhir.

4. Diskusi Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji Statistik F)

Uji F yaitu uji kebaikan model pada tingkat X tertentu, kriteria pengujiannya sebagai berikut:

1) Apabila F hitung ≥ F tabel, maka H0 ditolak dan H1 diterima
2) Apabila F hitung < F tabel, maka H0 diterima dan H1 ditolak

Dari hasil perhitungan uji Statistik F diketahui bahwa, nilai F Hitung dari tabel *Anova* Lampiran 11 adalah 24,561, nilai F Tabel (0,05, df1=6, df2=112) dengan fungsi =FINV(0,05; 6; 112) pada Microsoft Excell adalah 2,199, karena F Hitung > F Tabel, maka dinyatakan bahwa X1, X2, X3, X4, X5 dan X6 secara bersama-sama berpengaruh signifikan pada Y, hal ini dapat difahami mengingat faktor-faktor yang terbentuk dari hasil analisis faktor merupakan kombinasi dari berbagai faktor dalam konsep 7P (Kotler *and* Fox, 1995: 8, 185-186) yang berpengaruh dalam proses pemilihan universitas oleh calon mahasiswa menurut penelitian Soedijati dan Pratminingsih (2011).

b. Uji Parsial (Uji Statistik t)

Uji t adalah suatu uji yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen dengan parsial atau individual terhadap variabel dependen.

1) Kualitas Sumber Daya Manusia dengan Keputusan Pemilihan

Kualitas Sumber Daya Manusia yang beranggotakan item yang berasal dari 2 item variabel X2 (Harga), 2 item variabel X6 (Proses) dan 3 item berasal dari variabel X5 (Sumber daya Manusia), berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pemilihan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Agrey dan Lampadan (2014) yang membuktikan bahwa faktor signifikan yang mempengaruhi pengambilan keputusan pilihan universitas ini termasuk dalam (1) Sistem pendukung, (2) lingkungan belajar dan prospek pekerjaan yang tinggi tingkat lulusan yang bekerja, (3) memiliki fasilitas olahraga yang baik, (4) program kehidupan siswa yang kuat, dan (5) lingkungan kampus serta fakultas pendukungnya yang aman dan ramah. Penelitian yang dilakukan oleh Seehanate (2017) yang menyatakan bahwa Produk atau Program (*Product/Program*), Harga (*Price*), Lokasi (*Place*), Sumber Daya Manusia (*People*) dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*) memiliki hubungan dengan pemilihan institusi pendidikan tinggi.

2) Citra Perguruan Tinggi dengan Keputusan Pemilihan

Citra Perguruan Tinggi yang beranggotakan komponen item yang berasal dari 2 item variabel X7 (Bukti Fisik) dan 1 item berasal dari variabel X1 (Program), berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pemilihan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anwari (2017) yang menyatakan bahwa variabel Program, Produk, Bukti Fisik dan Lokasi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pemilihan, lebih lanjut hasil penelitian Muhyidin (2015) menunjukkan bahwa harga (*price*), promosi (*promotion*), dan orang (*people*) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa, sedangkan produk (*product*), lokasi (*place*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa.

3) Fasilitas dengan Keputusan Pemilihan

Hal ini menunjukkan bahwa Fasilitas yang beranggotakan komponen item yang berasal dari 2 item variabel X7 (Bukti Fisik) dan 1 item berasal dari X6 (Proses) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Keputusan Pemilihan, dimana kondisi ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Samani et al. (2017) yang menyatakan bahwa Promosi (*Promotion*) merupakan elemen utama dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*) merupakan elemen paling terakhir.

4) Lokasi dengan Keputusan Pemilihan

Lokasi yang beranggotakan komponen item yang berasal dari 2 item variabel X3 (Tempat), 1 item X4 (Promosi), 1 item X1 (Program) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pemilihan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anwari (2017) yang menyatakan bahwa variabel Program, Produk, Bukti Fisik dan Lokasi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pemilihan, lebih lanjut hasil penelitian Muhyidin (2015) menunjukkan bahwa harga (*price*), promosi (*promotion*), dan orang (*people*) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa, sedangkan produk (*product*), lokasi (*place*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Seehanate (2017) menyatakan bahwa Produk atau Program (*Product/Program*), Harga (*Price*), Lokasi (*Place*), Sumber Daya Manusia (*People*) dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*) memiliki hubungan dengan pemilihan institusi pendidikan tinggi.

5) Referensi dengan Keputusan Pemilihan

Referensi dengan t hitung sebesar 3,863 sedangkan t tabel bernilai 1,982, sehingga dapat dibuktikan jika Faktor Referensi yang beranggotakan komponen item yang berasal dari 1 item variabel X1 (Program) dan 1 item variabel X4 (Promosi), berpengaruh positif

dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pemilihan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anwari (2017) yang menyatakan bahwa variabel Program, Produk, Bukti Fisik dan Lokasi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pemilihan, lebih lanjut hasil penelitian Muhyidin (2015) menunjukkan bahwa harga (*price*), promosi (*promotion*), dan orang (*people*) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa, sedangkan produk (*product*), lokasi (*place*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Seehanate (2017) menyatakan bahwa Produk atau Program (*Product/Program*), Harga (*Price*), Lokasi (*Place*), Sumber Daya Manusia (*People*) dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*) memiliki hubungan dengan pemilihan institusi pendidikan tinggi. Sedangkan hasil penelitian Proboyo dan Soedarsono (2015) yang menunjukkan bahwa minat siswa, kemampuan untuk mengikuti kuliah, dan saran orang tua adalah tiga faktor penting teratas yang mempengaruhi siswa sekolah menengah dalam memilih institusi pendidikan tinggi mereka.

6) Pemasaran Digital dengan Keputusan Pemilihan

Pemasaran digital yang beranggotakan komponen item yang berasal dari 2 item variabel X4 (Promosi), tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Keputusan Pemilihan, dimana

kondisi ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Samani *et al*. (2017) yang menyatakan bahwa Promosi (*Promotion*) merupakan elemen utama dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*) merupakan elemen paling terakhir.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor Bauran Pemasaran yang terdiri atas Program (X1), Harga (X2), Tempat (X3), Promosi (X4), Sumber Daya Manusia (X5), Proses (X6) dan Bukti Fisik (X7) sebagai variabel independen yang mempengaruhi mahasiswa dalam melakukan Keputusan Pemilihan (Y) Sebagai variabel terikat.

Faktor-faktor yang terbentuk dari hasil Analisis Faktor penelitian ini adalah Kualitas Sumber Daya Manusia (X1), Citra Perguruan Tinggi (X2), Fasilitas (X3), Lokasi (X4), Referensi (X5) dan Pemasaran Digital (X6) pada uji regresi liner berganda secara bersama-sama berpengaruh signifikan pada Keputusan Pemilihan (Y). Secara parsial Kualitas Sumber Daya Manusia (X1), Citra Perguruan Tinggi (X2), Lokasi (X4) dan Referensi (X5) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Sedangkan Fasilitas (X3) dan Pemasaran Digital (X6) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pemilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Faktor utama yang membuat Mahasiswa melakukan Keputusan Pemilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, adalah Faktor Kualitas Sumber Daya Manusia (X1) dengan t hitung sebesar 2,720, faktor Citra Perguruan Tinggi (X2) dengan t hitung sebesar 3,832, faktor Lokasi (X4) dengan t hitung sebesar 3,273 dan faktor Referensi (X5) dengan t hitung

sebesar 3,863, sedangkan t tabel bernilai 1,982. Faktor Fasilitas dengan nilai t hitung sebesar -1,662 dan faktor Pemasaran Digital dengan nilai t hitung sebesar -1,502 tidak berpengaruh secara signifikan, sedangkan t tabel bernilai 1,982.

Penelitian ini membuktikan bahwa faktor-faktor bauran pemasaran 7 P menurut Kotler dan Fox (1995) berpengaruh secara langsung pada keputusan pemilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya oleh siswa sekolah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka dapat dijabarkan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi Mahasiswa, Universitas, ataupun pihak lainnya. Adapaun saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Secara Akademis

a. Penelitian ini menggunakan lokasi penelitian di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, diperlukan suatu penelitian dengan lingkup yang lebih luas pada tingkat universitas. Adanya perluasan dan penambahan sampel akan membuat hasil yang didapat tentunya akan lebih beragam dan dapat menggambarkan penelitian secara keseluruhan.

b. Penelitian ini menggunakan variabel-variabel dalam teori 7 P menurut Kotler dan Fox (1995) yang disesuaikan, diperlukan suatu penelitian kualitatif untuk mendapatkan gambaran variabel yang lebih tepat dalam

konteks keIndonesia-an, karena secara umum penggunaan dasar teori dari luar tidak memenuhi kesamaan antropologi, sosiologi dan budaya Indonesia.

2. Secara Praktis

a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran jelas bagi pihak Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Alangkah baiknya hal-hal yang dinilai belum tercapai dengan sempurna, kedepannya dapat segera diperbaiki secepatnya. Seperti yang terdapat pada faktor Fasilitas yang mayoritas *item*-nya berasal dari variabel bukti fisik, dan juga faktor Pemasaran Digital yang semua *item*-nya berasal dari variabel promosi. Kedua faktor tersebut masing-masing mendapatkan nilai t hitung sebesar -1,662 dan -1,502, sehingga alangkah baiknya pihak Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya dapat meningkatkan kualitas layanan kedua pada bidang ini.

b. Selain itu pihak Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya ada baiknya untuk lebih memaksimalkan faktor-faktor yang sudah tercapai sebelumnya seperti Kualitas Sumber Daya Manusia, Citra Perguruan Tinggi, Lokasi, dan Referensi. Keempat faktor tersebut masing-masing mendapatkan nilai t hitung sebesar 2,720, 3,832, 3,273, dan 3,863.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*, edisi 7. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Ariola, Mariano M. 2006. *Principles and Methods of Research.* Sampaloc: Rex book store, Inc.

Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit

Hair, Joseph F., William C. Black, Barry J. Babin, and Rolph E. Anderson. 2014. *Multivariate Data Analysis.* 7th Edition. England: Pearson Education Limited.

Hasan, Iqbal. 2002. *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Hawkins, Del I., Roger J. Best, and Kenneth A. Coney. 2001. *Consumer Behaviour: Building marketing Strategy*, 8th ed. New York: McGrawHill.

Kerlinger, Fred D. 2006. *Asas–Asas Penelitian Behavioral*, Edisi 3. Terjemahan: Landung R. Simatupang. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Kotler, Philip and Karen F. A. Fox. 1995. *Strategic Marketing for Educational Institutions*, 2nd ed. New Jersey: Prentice Hall

Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 2006. *Principles of Marketing.* 12th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall

Kuntjojo. 2009. *Metodologi Penelitian*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI

Malhotra, K. Naresh. 2004. *Marketing Research: An Applied Orientation*. Fourth Edition. New Jersey: Pearson Education International.

Priyatno, Duwi. 2016. *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS Praktis dan Mudah Dipahami untuk Tingkat Pemula dan Menengah*. Yogyakarta: Gava Media.

Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2010. *Research Methods for Business.* 5th edition. West Sussex: Wiley & Sons.

Simamora, Bilson. 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Pratama.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods*). Bandung: Alfabeta

Sujarweni, Wiratna. 2014. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka.

Surakhmad, Winarno. 2004. *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik*. Edisi Revisi. Bandung: Tarsito

Suryabrata, Sumadi. 2008. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Widiyanto, Joko. 2010. *SPSS for Windows, Untuk Analisis Data Statistik dan Penelitian*. Surakarta: Badan Penerbit FKIP Universitas Muhammadiyah Surakarta

Wiyono, G. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan SmartPLS 2.0*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN Yogyakarta.

Dari Jurnal:

Agrey, Loren; Lampadan, Naltan. 2014. Determinant Factors Contributing to Student Choice in Selecting a University. *Journal of Education and Human Development*, 3 (2), 391-404

Anwari, Farida. 2017. Marketing Mix Analysis on Decision Making to Study in the Continuing Higher Education (STIKES Anwar Medika Hospital Sidoarjo). *Jurnal Ekonomi Ekonomika*, 10, (1), 1-8

Hoyt, J. F.; Brown A, B. 2003. Identifying College Choice Factors to Successfully Market Your Institution. *Academic Journal Article College & University*, 78, (4), 3-5

Ivy, Jonathan. 2008. A new higher education marketing mix: The 7 Ps for MBA Marketing. *International Journal of Educational Management*, 22 (4), 288-299.

Muhyidin, Ujang. 2015. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Barat. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call for Papers Unisbank*. Semarang: ISBN: 978-979-3649-81-8

Nurdin. 2009. UU No.9 Tahun 2009 Tentang Badan Hukum Pendidikan Dalam Konteks Manajemen dan Pemasaran Pendidikan. *JURNAL Administrasi Pendidikan*, 9 (1), 1-33

Proboyo, Adelina and Soedarsono, Ricky. 2005. Influential Factors in Choosing Higher Education Institution: A Case Study of a Private University in Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9 (1), 1-7

Rudd, D; Mills, R. 2008. Expanding Marketing principles for The Sale of Higher Education. *Contemporary Issues in Education Research*, 1, (3), 41-52

Samani, Farzane Safarzade; Toroujeni, Seyyed Morteza Hashemi; Shahbaz, Vahide. 2017. Investigating the Role of Marketing Mix Elements (7Ps) and Strategic Planning in Development of Iranian English Language Departments. *International Journal on Studies in English Language and Literature (IJSELL)*, 5 (4), 50-59

Seehanate, Kanda. 2017. The Marketing Factors Affecting Student's Decision of Choosing Higher Education Institution in South-Northeastern Region. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 6, 275 -283

Soedijati, Elisabeth Koes; Pratminingsih, Sri Astuti. 2011. The Impacts of Marketing Mix on Students Choice of University: Study case of Private University in Bandung Indonesia. *2nd International Conference on Business and Economic Research (2nd ICBER 2011) Proceding*, 2, 2124-2131.

Tirumalai, Avinash; Kumari, Babli; Rudhumbu, Norman. 2017. Factors that Influence Undergraduate Students' Choice of a University: A Case of Botho University in Botswana. *International Journal of Learning and Development*, 7 (2), 27 -37

Dari Internet:

PDD Dikti. 2019. *Profil Program Studi*. https://forlap.ristekdikti.go.id. Diakses 3 Juni 2019

Manifestpers. 2018. Liberalisasi Kampus Dikemas dalam Produk Hukum PTN-BH. https://manifestpers.id/?p=757. Diakses 12 agustus 2019

Permana, Rizky Wahyu. 2017. *Universitas Brawijaya belum akan berubah status menjadi PTN-BH*. https://malang.merdeka.com. Diakses 23 Mei 2019

Dari Thesis:

Starck, Kristian; Zadeh, Shahriyar Hossein. 2013. Marketing within higher education institutions – A case study of two private Thai universities. The School of Business, Science and Engineering. Mälardalen University, Västerås, Sweden.

Dari Presentasi:

Sardjoko, Subandi. 2019. *Menuju PTN Unggul di Era Revolusi Industri 4.0*. PPN-Bappenas. Disampaikan pada rapat kordinasi perencanaan dan anggaran di Universitas Negeri Padang tahun 2020. Padang. 8 Mei 2019

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kalkulasi Sampel

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$n = 4.921 / (1 + 4.921 \times 0{,}1^2)$

$n = 4.921 / (1 + 4.921 \times 0{,}01)$

$n = 4.921 / 50{,}21$

$n = 98{,}01$ dibulatkan menjadi 98 sampel minimal

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Tingkat kesalahan

Lampiran 2. Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR BAURAN PEMASARAN YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA DALAM MELAKUKAN KEPUTUSAN PEMILIHAN UNIVERSITAS

(Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)

Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Saya, Muhammad Ihsan Badaruddin, Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Saat ini saya sedang mengadakan penelitian untuk menyusun skripsi dengan judul "Faktor-Faktor Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Mahasiswa dalam Melakukan Keputusan Pemilihan Universitas (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)".

Sebelumnya saya perlu menyampaikan bahwa hasil survei ini hanya akan digunakan untuk kepentingan ilmiah, sebagai sumbangan terhadap perkembangan Ilmu Administrasi Bisnis di Indonesia, semua data responden dan hasil survei ini adalah bersifat rahasia sepenuhnya.

Adapun responden yang dituju pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
2. Mahasiswa aktif Jurusan Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

Mohon kesediaan saudara/i yang sesuai dengan kriteria yang dituju untuk mengisi kuesioner ini dengan benar, jujur dan akurat karena jawaban saudara/i akan sangat mempengaruhi hasil penelitian ilmiah ini.

Bantuan rekan-rekan pada dunia ilmu pengetahuan akan sangat berharga bagi Indonesia.

Terima kasih dan salam hormat,

Muhammad Ihsan Badaruddin
NIM. 155030200111016

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Berikan tanda centang (✓) pada jawaban yang menurut anda paling tepat.

1. Jenis Kelamin
   - ☐ Laki-Laki
   - ☐ Perempuan
2. Usia_____
3. Anda berasal dari?
   - ☐ Jabodetabek ☐ Jawa Barat ☐ Jawa Tengah
   - ☐ Jawa Timur ☐ Bali/NTB/NTT ☐ Sumatera
   - ☐ Kalimantan ☐ Sulawesi ☐ Maluku / Papua
4. Anda terdaftar sebagai mahasiswa/i Universitas Brawijaya sejak tahun _____
5. Anda tahu Universitas Brawijaya darimana?
   - ☐ Keluarga/Kerabat ☐ Sosial Media
   - ☐ Guru ☐ Bimbingan Belajar/Bimbel
   - ☐ Alumni
6. Universitas Brawijaya merupakan pilihan …
   - ☐ Pertama
   - ☐ Kedua
   - ☐ Ketiga
7. Alasan Anda memilih Universitas Brawijaya
   - ☐ Program ☐ Harga ☐ Tempat/Lokasi
   - ☐ Promosi ☐ Sumber Daya Manusia ☐ Proses
   - ☐ Bukti Fisik
8. Jurusan Anda adalah
   - ☐ Administrasi Bisnis
   - ☐ Administrasi Publik
9. Apakah Program Studi yang dipilih memenuhi ekspektasi anda?
   - ☐ Ya
   - ☐ Tidak

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Berikan tanda centang (✓) pada jawaban yang menurut anda paling tepat.

X1	*Program*	*Sangat Setuju*	*Setuju*	*Netral*	*Tidak Setuju*	*Sangat Tidak Setuju*
1	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena Saya berminat menjadi mahasiswa Universitas Brawijaya					
2	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena kemampuan akademik Saya memadai untuk menjadi mahasiswa Universitas Brawijaya					
3	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena program studi yang saya minati hanya ada di Universitas Brawijaya					
4	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena Universitas Brawijaya memiliki reputasi yang baik					
5	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena lulusan Universitas Brawijaya banyak diterima di perusahaan ternama					
X2	**Harga**	**Sangat Setuju**	**Setuju**	**Netral**	**Tidak Setuju**	**Sangat Tidak Setuju**
1	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena biaya kuliah yang terjangkau					
2	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena tersedia beasiswa di Universitas Brawijaya					
3	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena biaya hidup yang terjangkau					
4	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena Prosedur pembayaran yang mudah					
X3	**Tempat**	**Sangat Setuju**	**Setuju**	**Netral**	**Tidak Setuju**	**Sangat Tidak Setuju**
1	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena Universitas Brawijaya mudah diakses					
2	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena Universitas Brawijaya dekat dengan pusat kota					

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

X4	**Promosi**	**Sangat Setuju**	**Setuju**	**Netral**	**Tidak Setuju**	**Sangat Tidak Setuju**
1	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya atas dasar saran orang tua					
2	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya atas dasar saran saudara					
3	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya atas dasar saran teman					
4	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya atas dasar saran guru Sekolah					
5	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya atas dasar informasi dari sosial media					
6	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya atas dasar promosi di internet					
7	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya atas dasar promosi *offline* (brosur,leaflet)					
X5	**Sumber Daya Manusia**	**Sangat Setuju**	**Setuju**	**Netral**	**Tidak Setuju**	**Sangat Tidak Setuju**
1	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena prestasi mahasiswanya					
2	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena alumninya yang sukses					
3	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena kualitas pengajarnya yang unggul					
X6	**Proses**	**Sangat Setuju**	**Setuju**	**Netral**	**Tidak Setuju**	**Sangat Tidak Setuju**
1	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena kualitas pengajarannya yang unggul					
2	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena kegiatan ekstra kurikuler yang beragam					
3	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena proses administrasi yang mudah					
X7	**Bukti Fisik**	**Sangat Setuju**	**Setuju**	**Netral**	**Tidak Setuju**	**Sangat Tidak Setuju**
1	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena fasilitas gedungnya					

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

2	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena fasilitas pendukungnya (internet, lab dll)					
3	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena lingkungan yang nyaman					
4	Saya memutuskan untuk memilih Universitas Brawijaya karena lingkungan yang aman					
Y	**Keputusan Pemilihan**	**Sangat Setuju**	**Setuju**	**Netral**	**Tidak Setuju**	**Sangat Tidak Setuju**
1	Saya memutuskan kuliah di Universitas Brawijaya untuk masa depan yang lebih baik					
2	Situasi perkuliahan di Universitas Brawijaya sesuai dengan informasi yang saya dapat sebelumnya					
3	Universitas Brawijaya adalah pilihan terbaik untuk saya dibandingkan Perguruan Tinggi lain					
4	Saya merasa keputusan saya memilih Universitas Brawijaya sudah tepat					
5	Saya merasa puas dengan pilihan saya menjadi mahasiswa Universitas Brawijaya					

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Lampiran 3. Tabulasi Jawaban Kuesioner

No	Jenis Kelamin	Usia	Asal	Angkatan	Tahu UB darimana
1	Laki-Laki	22	Kalimantan	2015	Keluarga
2	Laki-Laki	21	Jawa Timur	2015	Keluarga, Sosmed, Bimbel
3	Perempuan	21	Jabodetabek	2015	Keluarga, Alumni, Bimbel
4	Laki-Laki	18	Jabodetabek	2019	Keluarga
5	Laki-Laki	19	Sumatera	2019	Sosmed
6	Laki-Laki	18	Jawa Timur	2019	Keluarga
7	Laki-Laki	18	Sumatera	2019	Alumni
8	Perempuan	18	Jabodetabek	2019	Keluarga
9	Laki-Laki	18	Jabodetabek	2019	Keluarga
10	Perempuan	19	Jawa Timur	2019	Alumni
11	Perempuan	18	Jawa Timur	2019	Keluarga
12	Perempuan	19	Jawa Timur	2019	Keluarga
13	Perempuan	17	Jabodetabek	2019	Guru, Alumni, Sosmed
14	Perempuan	20	Jawa Timur	2019	Keluarga
15	Perempuan	22	Jabodetabek	2015	Keluarga
16	Perempuan	18	Jabodetabek	2019	Sosmed
17	Laki-Laki	19	Jabodetabek	2019	Alumni, Bimbel
18	Laki-Laki	19	Kalimantan	2018	Alumni
19	Perempuan	18	Jawa Timur	2019	Keluarga
20	Perempuan	18	Jawa Timur	2019	Keluarga
21	Laki-Laki	18	Jabodetabek	2019	Sosmed
22	Laki-Laki	18	Jawa Barat	2019	Alumni
23	Laki-Laki	18	Jawa Timur	2019	Sosmed
24	Perempuan	18	Jawa Barat	2019	Sosmed
25	Perempuan	18	Jawa Timur	2019	Keluarga
26	Laki-Laki	17	Jabodetabek	2019	Alumni
27	Laki-Laki	18	Jabodetabek	2019	Alumni
28	Perempuan	18	Jawa Timur	2019	Keluarga
29	Perempuan	18	Jawa Tengah	2019	Keluarga
30	Perempuan	18	Jabodetabek	2019	Keluarga
31	Laki-Laki	18	Jabodetabek	2019	Keluarga, Guru, Alumni, Sosmed, Bimbel
32	Perempuan	17	Jawa Timur	2018	Keluarga
33	Perempuan	19	Jawa Timur	2018	Keluarga
34	Perempuan	19	Jabodetabek	2018	Keluarga
35	Perempuan	19	Jabodetabek	2018	Keluarga
36	Perempuan	20	Jawa Timur	2018	Alumni
37	Perempuan	18	Jawa Timur	2018	Keluarga, Bimbel
38	Laki-Laki	21	Jawa Timur	2016	Guru

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

39	Laki-Laki	22	Jabodetabek	2016	Guru
40	Laki-Laki	20	Jawa Timur	2018	Sosmed
41	Laki-Laki	23	Sumatera	2015	Guru
42	Perempuan	22	Jawa Timur	2015	Alumni
43	Laki-Laki	22	Jawa Barat	2015	Bimbel
44	Laki-Laki	24	Sumatera	2015	Alumni
45	Perempuan	22	Jawa Tengah	2015	Keluarga
46	Perempuan	21	Jabodetabek	2015	Guru
47	Perempuan	22	Jabodetabek	2015	Bimbel
48	Laki-Laki	22	Jabodetabek	2016	Guru, Alumni, Sosmed, Bimbel
49	Perempuan	20	Jabodetabek	2016	Keluarga, Guru, Alumni, Sosmed, Bimbel
50	Laki-Laki	21	Jabodetabek	2016	Keluarga
51	Perempuan	20	Jawa Timur	2016	Keluarga
52	Laki-Laki	21	Jawa Timur	2016	Keluarga
53	Laki-Laki	20	Jawa Barat	2016	Keluarga
54	Perempuan	21	Jawa Barat	2016	Bimbel
55	Perempuan	21	Jawa Barat	2016	Guru
56	Laki-Laki	22	Kalimantan	2016	Keluarga
57	Perempuan	20	Jawa Tengah	2016	Guru
58	Laki-Laki	20	Jawa Timur	2018	Keluarga
59	Laki-Laki	18	Jabodetabek	2018	Sosmed
60	Laki-Laki	18	Jawa Barat	2018	Alumni
61	Perempuan	19	Jabodetabek	2017	Alumni, Bimbel
62	Perempuan	19	Kalimantan	2018	Alumni
63	Laki-Laki	20	Jawa Timur	2017	Keluarga
64	Laki-Laki	19	Jawa Timur	2018	Alumni
65	Laki-Laki	18	Jawa Timur	2018	Keluarga
66	Laki-Laki	21	Jawa Timur	2016	Guru
67	Perempuan	20	Sumatera	2017	Alumni
68	Laki-Laki	19	Jabodetabek	2017	Keluarga
69	Perempuan	20	Jabodetabek	2017	Keluarga
70	Laki-Laki	21	Jabodetabek	2017	Sosmed
71	Perempuan	20	Jabodetabek	2017	Alumni, Bimbel
72	Perempuan	19	Kalimantan	2018	Alumni
73	Perempuan	19	Jawa Timur	2018	Keluarga
74	Perempuan	19	Jawa Tengah	2019	Keluarga
75	Laki-Laki	18	Jabodetabek	2019	Keluarga
76	Perempuan	20	Jabodetabek	2017	Keluarga, Guru, Alumni, Sosmed, Bimbel
77	Laki-Laki	19	Jawa Timur	2018	Keluarga
78	Laki-Laki	19	Jawa Barat	2017	Sosmed
79	Perempuan	23	Jawa Timur	2014	Guru

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

80	Laki-Laki	23	Jawa Timur	2014	Alumni
81	Perempuan	23	Jabodetabek	2014	Bimbel
82	Laki-Laki	20	Jabodetabek	2017	Keluarga
83	Perempuan	21	Kalimantan	2016	Keluarga
84	Perempuan	21	Jawa Barat	2016	Bimbel
85	Perempuan	19	Jawa Timur	2018	Sosmed
86	Perempuan	23	Jawa Timur	2014	Guru
87	Perempuan	22	Jabodetabek	2016	Guru, Alumni, Sosmed, Bimbel
88	Perempuan	21	Jawa Barat	2016	Guru
89	Laki-Laki	21	Jawa Barat	2016	Bimbel
90	Laki-Laki	21	Jawa Barat	2016	Guru
91	Perempuan	20	Sumatera	2017	Alumni
92	Perempuan	19	Jabodetabek	2017	Keluarga
93	Perempuan	21	Kalimantan	2016	Keluarga
94	Perempuan	20	Jawa Timur	2017	Keluarga
95	Laki-Laki	21	Jabodetabek	2017	Guru
96	Perempuan	21	Jawa Barat	2016	Keluarga
97	Perempuan	20	Jawa Timur	2017	Keluarga
98	Laki-Laki	20	Jabodetabek	2017	Guru, Alumni, Sosmed
99	Laki-Laki	18	Jabodetabek	2018	Keluarga
100	Laki-Laki	17	Jawa Tengah	2019	Bimbel
101	Perempuan	20	Jawa Timur	2017	Guru
102	Laki-Laki	21	Sumatera	2015	Alumni
103	Laki-Laki	21	Kalimantan	2016	Keluarga, Alumni
104	Perempuan	22	Jabodetabek	2015	Keluarga
105	Perempuan	20	Jawa Barat	2017	Alumni, Bimbel
106	Perempuan	21	Jabodetabek	2015	Keluarga, Guru, Alumni
107	Laki-Laki	19	Jabodetabek	2019	Keluarga
108	Perempuan	19	Jawa Timur	2018	Bimbel
109	Laki-Laki	20	Jabodetabek	2018	Alumni
110	Laki-Laki	22	Kalimantan	2015	Sosmed
111	Laki-Laki	24	Jawa Timur	2013	Guru, Alumni, Sosmed
112	Perempuan	21	Jabodetabek	2016	Sosmed, Bimbel
113	Laki-Laki	20	Jabodetabek	2017	Guru
114	Laki-Laki	23	Jawa Timur	2014	Keluarga, Alumni
115	Laki-Laki	21	Jawa Barat	2016	Keluarga
116	Laki-Laki	19	Jawa Tengah	2018	Alumni
117	Perempuan	19	Jawa Timur	2018	Keluarga, Alumni
118	Perempuan	18	Jawa Tengah	2019	Guru, Bimbel

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

No	UB pilihan ke	Alasan memilih UB	Jurusan	Kepuasan ekspektasi
1	Pertama	Lokasi	Bisnis	Ya
2	Kedua	Program, Lokasi	Bisnis	Tidak
3	Pertama	Program, Lokasi	Bisnis	Ya
4	Pertama	Lokasi	Publik	Ya
5	Pertama	Proses	Publik	Ya
6	Kedua	Lokasi	Publik	Ya
7	Pertama	Lokasi	Publik	Ya
8	Pertama	Program, Lokasi, Bukti Fisik	Bisnis	Ya
9	Kedua	Lokasi	Publik	Ya
10	Pertama	SDM	Publik	Ya
11	Pertama	Lokasi	Publik	Ya
12	Pertama	Lokasi	Bisnis	Ya
13	Kedua	Program	Publik	Ya
14	Kedua	Lokasi	Bisnis	Ya
15	Kedua	SDM	Bisnis	Tidak
16	Pertama	Lokasi	Publik	Ya
17	Kedua	Harga	Publik	Ya
18	Pertama	Program	Bisnis	Ya
19	Pertama	SDM	Publik	Ya
20	Pertama	SDM	Publik	Ya
21	Pertama	Program	Bisnis	Ya
22	Kedua	Program	Bisnis	Ya
23	Pertama	Program	Bisnis	Ya
24	Pertama	SDM	Bisnis	Ya
25	Pertama	Lokasi	Bisnis	Ya
26	Pertama	Program	Bisnis	Ya
27	Pertama	Proses	Bisnis	Ya
28	Pertama	Program	Bisnis	Ya
29	Pertama	Program	Bisnis	Ya
30	Pertama	Program	Bisnis	Ya
31	Pertama	Program	Bisnis	Ya
32	Pertama	Program	Bisnis	Ya
33	Pertama	Lokasi	Bisnis	Ya
34	Kedua	Lokasi	Bisnis	Ya
35	Ketiga	Lokasi	Bisnis	Ya
36	Pertama	Lokasi	Bisnis	Ya
37	Pertama	Lokasi	Publik	Ya
38	Pertama	Program	Bisnis	Tidak
39	Kedua	Program	Bisnis	Ya

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

40	Pertama	Proses	Bisnis	Ya
41	Pertama	Program	Bisnis	Ya
42	Pertama	Program	Bisnis	Ya
43	Pertama	Lokasi	Publik	Ya
44	Pertama	SDM	Publik	Ya
45	Pertama	Lokasi	Bisnis	Ya
46	Kedua	Program, Lokasi, SDM	Publik	Ya
47	Ketiga	Lokasi	Publik	Ya
48	Kedua	Lokasi	Bisnis	Ya
49	Kedua	Lokasi, Bukti Fisik	Bisnis	Ya
50	Pertama	Lokasi	Publik	Ya
51	Pertama	Lokasi	Bisnis	Ya
52	Pertama	Lokasi	Publik	Ya
53	Pertama	Lokasi	Bisnis	Ya
54	Pertama	Lokasi	Publik	Ya
55	Pertama	Promosi	Bisnis	Ya
56	Pertama	Lokasi	Bisnis	Ya
57	Ketiga	Promosi, Proses	Publik	Tidak
58	Kedua	Lokasi	Bisnis	Ya
59	Pertama	Program	Bisnis	Ya
60	Kedua	Program	Bisnis	Ya
61	Kedua	Harga	Publik	Ya
62	Pertama	Program	Publik	Ya
63	Pertama	SDM	Publik	Ya
64	Pertama	Lokasi	Publik	Ya
65	Pertama	Lokasi	Publik	Ya
66	Pertama	Program	Bisnis	Tidak
67	Pertama	Lokasi	Publik	Ya
68	Pertama	Program, Lokasi, Bukti Fisik	Bisnis	Ya
69	Kedua	Lokasi	Publik	Ya
70	Pertama	Lokasi	Publik	Ya
71	Kedua	Harga	Bisnis	Ya
72	Pertama	Program	Publik	Ya
73	Pertama	Program	Bisnis	Ya
74	Pertama	Program	Bisnis	Ya
75	Pertama	Program	Publik	Ya
76	Pertama	Program	Bisnis	Ya
77	Pertama	Program	Publik	Ya
78	Pertama	SDM	Bisnis	Ya
79	Pertama	Program	Bisnis	Ya
80	Pertama	Program	Bisnis	Ya

81	Pertama	Lokasi	Publik	Ya
82	Kedua	SDM	Bisnis	Tidak
83	Pertama	Lokasi	Bisnis	Ya
84	Pertama	Lokasi	Bisnis	Ya
85	Pertama	Proses	Publik	Ya
86	Pertama	Program	Bisnis	Ya
87	Kedua	Lokasi	Publik	Ya
88	Pertama	Promosi	Publik	Ya
89	Pertama	Lokasi	Publik	Ya
90	Pertama	Promosi	Publik	Ya
91	Pertama	Lokasi	Bisnis	Ya
92	Pertama	Program, Lokasi, Bukti Fisik	Bisnis	Ya
93	Pertama	Lokasi	Bisnis	Ya
94	Kedua	Lokasi	Bisnis	Ya
95	Kedua	Program, Lokasi, SDM	Publik	Ya
96	Pertama	Lokasi	Bisnis	Ya
97	Pertama	Lokasi	Bisnis	Ya
98	Kedua	Program	Bisnis	Ya
99	Kedua	Program	Publik	Tidak
100	Pertama	Program	Publik	Tidak
101	Pertama	Program	Bisnis	Ya
102	Pertama	Lokasi	Bisnis	Ya
103	Pertama	Lokasi	Publik	Ya
104	Kedua	Lokasi	Publik	Ya
105	Pertama	Program	Bisnis	Ya
106	Kedua	SDM	Bisnis	Ya
107	Pertama	Harga	Publik	Ya
108	Pertama	Program	Bisnis	Ya
109	Kedua	Program	Publik	Ya
110	Kedua	Lokasi	Bisnis	Ya
111	Ketiga	Lokasi	Bisnis	Tidak
112	Kedua	Program	Bisnis	Ya
113	Pertama	Harga	Bisnis	Ya
114	Pertama	Lokasi	Bisnis	Tidak
115	Pertama	Lokasi	Publik	Ya
116	Pertama	Program	Publik	Ya
117	Pertama	Program	Publik	Ya
118	Pertama	Program, Lokasi	Bisnis	Ya

Program (X1)

No.	Program					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
1	4	4	3	4	4	19
2	4	5	4	5	4	22
3	5	4	4	5	4	22
4	5	4	3	5	4	21
5	4	4	3	4	3	18
6	4	4	2	5	3	18
7	3	3	3	4	4	17
8	3	4	2	4	4	17
9	5	5	3	5	5	23
10	5	4	4	5	5	23
11	4	4	4	4	4	20
12	4	5	5	4	4	22
13	4	4	2	4	3	17
14	4	5	3	3	3	18
15	4	4	2	4	4	18
16	3	4	2	4	3	16
17	5	5	4	5	4	23
18	4	4	3	5	3	19
19	4	4	2	5	5	20
20	5	4	2	5	5	21
21	5	4	2	4	4	19
22	3	3	2	5	4	17
23	5	5	3	4	4	21
24	5	5	2	4	4	20
25	4	4	3	4	4	19
26	4	3	3	5	4	19
27	4	4	3	4	4	19
28	5	4	3	5	5	22
29	4	3	3	3	3	16
30	4	4	3	4	4	19
31	5	5	5	5	5	25
32	5	3	4	4	3	19
33	4	4	3	4	3	18
34	4	3	2	4	3	16
35	4	4	1	3	3	15
36	5	3	5	4	3	20
37	4	4	1	4	3	16
38	4	4	1	4	3	16

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

39	4	4	4	5	3	20
40	3	2	2	3	3	13
41	5	5	4	4	4	22
42	5	4	2	5	5	21
43	4	4	3	4	4	19
44	4	4	2	4	4	18
45	4	4	4	4	5	21
46	4	4	2	4	3	17
47	4	5	2	4	4	19
48	3	4	2	4	4	17
49	4	4	3	4	4	19
50	4	4	3	4	2	17
51	4	3	3	4	4	18
52	4	4	2	4	3	17
53	5	5	3	4	4	21
54	4	5	2	4	4	19
55	4	5	4	5	5	23
56	5	5	3	4	3	20
57	4	4	2	3	3	16
58	4	5	5	4	4	22
59	5	4	2	4	4	19
60	3	3	3	5	4	18
61	5	5	4	5	4	23
62	4	4	3	5	3	19
63	4	4	3	5	5	21
64	5	3	5	4	3	20
65	4	4	1	4	3	16
66	4	4	2	4	3	17
67	3	3	3	4	4	17
68	3	4	2	4	4	17
69	5	5	3	5	5	23
70	3	4	2	4	3	16
71	5	5	4	5	4	23
72	4	4	3	5	3	19
73	5	4	3	5	5	22
74	4	3	3	3	3	16
75	4	4	3	4	4	19
76	5	5	5	5	5	25
77	5	3	4	4	3	19
78	5	5	2	4	4	20
79	5	5	4	4	4	22

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

80	5	4	2	5	5	21
81	4	4	3	4	4	19
82	4	4	2	4	4	18
83	5	5	3	4	3	20
84	4	5	2	4	4	19
85	3	2	2	3	3	13
86	5	5	4	4	4	22
87	3	5	2	4	4	18
88	4	5	4	5	5	23
89	4	5	2	4	4	19
90	4	5	4	5	5	23
91	3	3	3	4	4	17
92	3	4	2	4	4	17
93	5	5	3	4	3	20
94	4	5	5	4	4	22
95	4	4	2	4	3	17
96	5	5	3	4	4	21
97	4	5	5	4	4	22
98	4	4	2	4	3	17
99	4	4	2	4	3	17
100	4	4	2	3	3	16
101	3	2	2	3	3	13
102	4	3	2	4	3	16
103	4	4	1	3	3	15
104	4	5	3	3	3	18
105	4	4	3	4	4	19
106	5	4	3	5	5	22
107	4	4	3	5	5	21
108	5	3	5	4	3	20
109	4	4	2	4	3	17
110	5	5	3	4	4	21
111	5	5	3	4	3	20
112	5	4	2	4	4	19
113	3	3	3	5	4	18
114	5	5	3	4	4	21
115	4	4	2	4	3	17
116	5	5	5	5	5	25
117	5	3	4	4	3	19
118	4	5	3	3	3	18

Harga (X2)

No.	Harga				
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
1	3	3	5	4	15
2	2	4	5	4	15
3	4	4	5	4	17
4	3	3	3	3	12
5	4	3	4	4	15
6	1	3	4	3	11
7	3	3	4	3	13
8	4	3	4	2	13
9	3	4	4	4	15
10	4	4	3	4	15
11	3	3	4	3	13
12	3	3	4	3	13
13	3	3	4	4	14
14	2	2	3	3	10
15	2	3	4	3	12
16	3	3	3	3	12
17	5	5	5	4	19
18	4	3	4	3	14
19	2	5	3	4	14
20	3	3	5	3	14
21	3	3	4	3	13
22	4	3	5	5	17
23	4	3	4	4	15
24	3	3	3	3	12
25	3	3	4	3	13
26	2	3	4	3	12
27	3	3	5	3	14
28	3	3	3	3	12
29	3	3	3	3	12
30	4	3	4	4	15
31	5	5	5	5	20
32	3	3	3	3	12
33	3	4	4	4	15
34	3	2	3	3	11
35	3	3	4	4	14
36	3	3	3	4	13
37	3	4	3	3	13
38	3	3	4	4	14

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

39	5	5	4	4	18
40	2	3	3	4	12
41	4	3	3	3	13
42	2	3	4	3	12
43	4	3	5	4	16
44	3	3	4	4	14
45	3	4	5	2	14
46	4	3	4	3	14
47	2	4	4	4	14
48	2	4	5	3	14
49	3	3	4	4	14
50	3	2	5	3	13
51	3	4	4	3	14
52	2	4	4	3	13
53	3	5	5	4	17
54	5	3	5	4	17
55	5	4	4	5	18
56	2	3	4	3	12
57	3	3	4	4	14
58	3	3	4	3	13
59	3	3	4	3	13
60	4	3	5	5	17
61	5	5	5	4	19
62	4	3	4	3	14
63	2	5	3	4	14
64	3	3	3	4	13
65	3	4	3	3	13
66	3	3	4	4	14
67	3	3	4	3	13
68	4	3	4	2	13
69	3	4	4	4	15
70	3	3	3	3	12
71	5	5	5	4	19
72	4	3	4	3	14
73	3	3	3	3	12
74	3	3	3	3	12
75	4	3	4	4	15
76	5	5	5	5	20
77	3	3	3	3	12
78	3	3	3	3	12
79	4	3	3	3	13

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

80	2	3	4	3	12
81	4	3	5	4	16
82	2	3	4	3	12
83	2	3	4	3	12
84	5	3	5	4	17
85	2	3	3	4	12
86	4	3	3	3	13
87	2	4	5	3	14
88	5	4	4	5	18
89	5	3	5	4	17
90	5	4	4	5	18
91	3	3	4	3	13
92	4	3	4	2	13
93	2	3	4	3	12
94	3	3	4	3	13
95	4	3	4	3	14
96	3	5	5	4	17
97	3	3	4	3	13
98	3	3	4	4	14
99	3	3	4	4	14
100	3	3	4	4	14
101	2	3	3	4	12
102	3	2	3	3	11
103	3	3	4	4	14
104	2	2	3	3	10
105	3	3	5	3	14
106	3	3	3	3	12
107	2	5	3	4	14
108	3	3	3	4	13
109	2	4	4	3	13
110	3	5	5	4	17
111	2	3	4	3	12
112	3	3	4	3	13
113	4	3	5	5	17
114	4	3	4	4	15
115	2	4	4	3	13
116	5	5	5	5	20
117	3	3	3	3	12
118	2	2	3	3	10

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Tempat (X3)

No.	Tempat		
	X3.1	X3.2	X3
1	4	5	9
2	5	5	10
3	4	4	8
4	4	5	9
5	3	3	6
6	4	5	9
7	3	3	6
8	4	4	8
9	4	4	8
10	4	4	8
11	5	5	10
12	5	3	8
13	4	3	7
14	4	4	8
15	4	5	9
16	4	3	7
17	5	5	10
18	3	3	6
19	5	5	10
20	5	5	10
21	3	4	7
22	4	4	8
23	4	4	8
24	4	4	8
25	4	4	8
26	4	5	9
27	3	4	7
28	5	5	10
29	4	4	8
30	3	3	6
31	5	5	10
32	5	5	10
33	4	4	8
34	2	2	4
35	4	4	8
36	4	4	8

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

37	4	4	8
38	3	3	6
39	2	4	6
40	3	3	6
41	4	3	7
42	5	5	10
43	4	3	7
44	4	3	7
45	5	5	10
46	3	3	6
47	4	4	8
48	4	4	8
49	4	4	8
50	4	5	9
51	4	4	8
52	4	2	6
53	4	4	8
54	5	5	10
55	5	5	10
56	3	3	6
57	4	4	8
58	5	3	8
59	3	4	7
60	4	4	8
61	5	5	10
62	3	3	6
63	5	5	10
64	4	4	8
65	4	4	8
66	3	3	6
67	3	3	6
68	4	4	8
69	4	4	8
70	4	3	7
71	5	5	10
72	3	3	6
73	5	5	10
74	4	4	8
75	3	3	6
76	5	5	10
77	5	5	10

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

78	4	4	8
79	4	3	7
80	5	5	10
81	4	3	7
82	4	5	9
83	3	3	6
84	5	5	10
85	3	3	6
86	4	3	7
87	4	4	8
88	5	5	10
89	5	5	10
90	5	5	10
91	3	3	6
92	4	4	8
93	3	3	6
94	5	3	8
95	3	3	6
96	4	4	8
97	5	3	8
98	4	3	7
99	3	3	6
100	4	4	8
101	3	3	6
102	2	2	4
103	4	4	8
104	4	4	8
105	3	4	7
106	5	5	10
107	5	5	10
108	4	4	8
109	4	2	6
110	4	4	8
111	3	3	6
112	3	4	7
113	4	4	8
114	4	4	8
115	4	2	6
116	5	5	10
117	5	5	10
118	4	4	8

Promosi (X4)

No.	Promosi							
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	X4
1	4	4	2	2	2	3	2	19
2	4	2	2	2	4	4	4	22
3	5	4	2	2	4	4	5	26
4	3	3	3	4	4	4	2	23
5	3	3	3	3	4	3	3	22
6	5	5	5	5	4	3	3	30
7	2	2	2	3	3	3	2	17
8	5	4	2	1	2	2	2	18
9	4	3	3	3	4	4	4	25
10	4	4	4	3	4	3	3	25
11	4	3	3	4	3	3	3	23
12	5	3	2	2	3	3	2	20
13	2	2	2	2	2	2	3	15
14	3	3	4	2	2	2	2	18
15	3	2	2	5	4	1	1	18
16	3	2	3	2	3	3	3	19
17	4	2	2	2	4	2	2	18
18	2	2	2	3	2	2	3	16
19	4	4	1	2	2	2	2	17
20	5	5	5	3	5	2	2	27
21	3	3	3	3	3	3	3	21
22	5	3	3	3	3	3	1	21
23	2	4	2	4	4	4	2	22
24	2	2	2	2	4	4	2	18
25	5	4	3	3	3	3	3	24
26	3	2	3	4	2	2	1	17
27	2	2	5	3	4	1	1	18
28	4	4	4	4	4	4	4	28
29	3	3	3	3	3	3	3	21
30	5	4	3	4	3	3	3	25
31	3	3	3	3	4	4	4	24
32	3	3	3	3	3	3	3	21
33	4	3	3	3	3	3	3	22
34	2	2	2	2	2	2	2	14
35	4	4	2	2	2	2	2	18
36	2	2	2	2	3	3	4	18
37	4	4	4	4	1	1	1	19
38	2	2	3	3	3	3	2	18

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

39	2	3	3	5	4	4	2	23
40	2	2	2	2	3	2	2	15
41	3	3	5	4	3	3	3	24
42	4	4	3	3	4	3	5	26
43	4	4	2	2	2	2	2	18
44	2	2	2	2	4	4	4	20
45	3	5	3	3	3	3	3	23
46	4	3	4	3	2	2	2	20
47	3	3	4	4	5	4	4	27
48	2	2	5	4	4	4	2	23
49	4	4	4	4	3	3	2	24
50	3	2	2	2	2	2	2	15
51	5	4	4	4	2	2	4	25
52	4	4	4	2	3	3	3	23
53	5	2	5	4	3	3	3	25
54	2	2	2	4	3	2	4	19
55	4	4	4	4	3	3	4	26
56	2	2	4	3	2	2	2	17
57	4	4	2	3	3	2	2	20
58	5	3	3	2	3	3	2	21
59	3	3	3	3	3	3	3	21
60	5	3	3	3	3	3	1	21
61	4	2	2	2	4	2	2	18
62	2	2	2	3	2	2	3	16
63	4	4	1	2	2	2	2	17
64	2	2	3	2	3	3	4	19
65	4	4	4	4	1	2	1	20
66	2	2	3	3	3	3	2	18
67	2	2	2	3	3	3	2	17
68	5	4	2	2	2	2	2	19
69	4	3	3	3	4	4	4	25
70	3	2	3	3	3	3	3	20
71	4	2	3	2	4	2	2	19
72	2	2	2	3	3	2	3	17
73	4	4	4	4	4	4	4	28
74	3	3	3	3	3	3	3	21
75	5	4	3	4	3	3	3	25
76	3	3	3	3	4	4	4	24
77	3	3	3	3	3	3	3	21
78	2	2	3	2	4	4	2	19
79	3	3	5	4	3	3	3	24

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

80	4	4	3	3	4	3	5	26
81	4	4	2	3	2	2	2	19
82	3	2	2	5	4	2	1	19
83	2	2	4	3	2	2	2	17
84	2	2	2	4	3	2	4	19
85	2	2	2	2	3	2	2	15
86	3	3	5	4	3	3	3	24
87	2	2	5	4	4	4	2	23
88	4	4	4	4	3	3	4	26
89	2	2	2	4	3	2	4	19
90	4	4	4	4	3	3	4	26
91	2	2	2	3	3	3	2	17
92	5	4	2	2	2	2	2	19
93	2	2	4	3	2	3	2	18
94	5	3	3	2	3	3	2	21
95	4	3	4	3	2	2	2	20
96	5	2	5	4	3	3	3	25
97	5	3	2	3	3	3	2	21
98	2	2	2	2	3	2	3	16
99	2	2	3	3	3	3	2	18
100	4	4	2	3	3	2	2	20
101	2	2	2	2	3	2	2	15
102	2	2	2	2	2	2	2	14
103	4	4	2	2	2	2	2	18
104	3	3	4	2	2	2	2	18
105	2	2	5	3	4	1	1	18
106	4	4	4	4	4	4	4	28
107	4	4	1	2	2	2	2	17
108	2	2	3	2	3	3	4	19
109	4	4	4	2	3	3	3	23
110	5	2	5	4	3	3	3	25
111	2	2	4	3	2	2	2	17
112	3	3	3	3	3	3	3	21
113	5	3	3	3	3	3	1	21
114	2	4	2	4	4	4	2	22
115	4	4	4	2	3	3	3	23
116	3	3	3	3	4	4	4	24
117	3	3	3	3	3	3	3	21
118	3	3	4	2	2	2	2	18

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Sumber Daya Manusia (X5)

No.	Sumber Daya Manusia			
	X5.1	X5.2	X5.3	X5
1	4	4	4	12
2	4	4	4	12
3	4	4	4	12
4	4	4	4	12
5	4	4	4	12
6	4	4	4	12
7	4	4	3	11
8	2	4	3	9
9	4	4	4	12
10	4	4	5	13
11	4	4	4	12
12	3	3	3	9
13	4	3	3	10
14	3	3	3	9
15	4	5	3	12
16	3	3	3	9
17	4	4	4	12
18	3	3	3	9
19	5	5	4	14
20	4	4	5	13
21	4	4	4	12
22	5	4	4	13
23	4	4	4	12
24	4	4	4	12
25	4	3	4	11
26	5	3	4	12
27	4	4	4	12
28	5	4	5	14
29	4	3	4	11
30	4	4	4	12
31	5	5	5	15
32	4	4	4	12
33	4	4	4	12
34	3	3	3	9
35	2	3	3	8
36	4	3	3	10
37	4	4	4	12
38	4	4	4	12

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

39	5	4	4	13
40	3	3	3	9
41	5	3	4	12
42	5	4	4	13
43	3	3	3	9
44	4	4	4	12
45	4	4	3	11
46	5	3	4	12
47	4	4	3	11
48	4	4	3	11
49	3	4	4	11
50	4	4	3	11
51	4	4	4	12
52	4	4	3	11
53	4	4	4	12
54	4	4	3	11
55	5	5	5	15
56	3	3	3	9
57	2	3	3	8
58	3	3	3	9
59	4	4	4	12
60	5	4	4	13
61	4	4	4	12
62	3	3	3	9
63	5	5	4	14
64	4	3	3	10
65	4	4	4	12
66	4	4	4	12
67	4	4	3	11
68	2	4	3	9
69	4	4	4	12
70	3	3	3	9
71	4	4	4	12
72	3	3	3	9
73	5	4	5	14
74	4	3	4	11
75	4	4	4	12
76	5	5	5	15
77	4	4	4	12
78	4	4	4	12
79	5	3	4	12

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

80	5	4	4	13
81	3	3	3	9
82	4	5	3	12
83	3	3	3	9
84	4	4	3	11
85	3	3	3	9
86	5	3	4	12
87	4	4	3	11
88	5	5	5	15
89	4	4	3	11
90	5	5	5	15
91	4	4	3	11
92	2	4	3	9
93	3	3	3	9
94	3	3	3	9
95	5	3	4	12
96	4	4	4	12
97	3	3	3	9
98	4	3	3	10
99	4	4	4	12
100	2	3	3	8
101	3	3	3	9
102	3	3	3	9
103	2	3	3	8
104	3	3	3	9
105	4	4	4	12
106	5	4	5	14
107	5	5	4	14
108	4	3	3	10
109	4	4	3	11
110	4	4	4	12
111	3	3	3	9
112	4	4	4	12
113	5	4	4	13
114	4	4	4	12
115	4	4	3	11
116	5	5	5	15
117	4	4	4	12
118	3	3	3	9

Proses (X6)

No.	Proses			
	X6.1	X6.2	X6.3	X6
1	4	5	3	12
2	4	5	1	10
3	4	5	4	13
4	4	4	3	11
5	4	4	4	12
6	4	4	4	12
7	3	3	3	9
8	2	4	2	8
9	4	4	4	12
10	5	4	4	13
11	4	4	4	12
12	3	3	3	9
13	3	3	3	9
14	3	4	3	10
15	3	5	1	9
16	3	3	3	9
17	4	5	4	13
18	4	3	3	10
19	5	4	4	13
20	4	3	3	10
21	4	5	3	12
22	4	4	5	13
23	4	4	3	11
24	4	4	4	12
25	4	3	3	10
26	4	5	3	12
27	4	4	3	11
28	5	5	5	15
29	4	3	3	10
30	3	3	3	9
31	5	3	3	11
32	3	4	4	11
33	4	4	4	12
34	3	3	2	8
35	3	3	3	9
36	4	4	4	12
37	4	4	4	12
38	4	4	3	11

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

39	4	4	4	12
40	3	4	3	10
41	4	3	3	10
42	4	4	2	10
43	4	2	3	9
44	4	3	3	10
45	3	4	3	10
46	4	3	2	9
47	3	4	3	10
48	4	4	4	12
49	4	5	4	13
50	3	2	4	9
51	4	3	4	11
52	3	3	3	9
53	4	3	4	11
54	3	2	4	9
55	5	5	5	15
56	3	3	3	9
57	3	3	3	9
58	3	3	3	9
59	4	5	3	12
60	4	4	5	13
61	4	5	4	13
62	4	3	3	10
63	5	4	4	13
64	4	4	4	12
65	4	4	4	12
66	4	4	3	11
67	3	3	3	9
68	2	4	2	8
69	4	4	4	12
70	3	3	3	9
71	4	5	4	13
72	4	3	3	10
73	5	5	5	15
74	4	3	3	10
75	3	3	3	9
76	5	3	3	11
77	3	4	4	11
78	4	4	4	12
79	4	3	3	10

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

80	4	4	2	10
81	4	2	3	9
82	3	5	2	10
83	3	3	3	9
84	3	2	4	9
85	3	4	3	10
86	4	3	3	10
87	4	4	4	12
88	5	5	5	15
89	3	2	4	9
90	5	5	5	15
91	3	3	3	9
92	2	4	2	8
93	3	3	3	9
94	3	3	3	9
95	4	3	2	9
96	4	3	4	11
97	3	3	3	9
98	3	3	3	9
99	4	4	3	11
100	3	3	3	9
101	3	4	3	10
102	3	3	2	8
103	3	3	3	9
104	3	4	3	10
105	4	4	3	11
106	5	5	5	15
107	5	4	4	13
108	4	4	4	12
109	3	3	3	9
110	4	3	4	11
111	3	3	3	9
112	4	5	3	12
113	4	4	5	13
114	4	4	3	11
115	3	3	3	9
116	5	3	3	11
117	3	4	4	11
118	3	4	3	10

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Bukti Fisik (X7)

No.	Bukti Fisik				
	X7.1	X7.2	X7.3	X7.4	X7
1	5	4	5	5	19
2	5	4	5	4	18
3	5	4	5	5	19
4	5	5	5	5	20
5	4	4	4	4	16
6	4	5	4	4	17
7	3	3	4	3	13
8	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	16
10	4	5	4	5	18
11	4	4	4	3	15
12	3	3	3	4	13
13	3	3	4	3	13
14	5	4	3	3	15
15	4	2	5	5	16
16	3	3	4	4	14
17	5	4	5	5	19
18	4	3	4	3	14
19	5	4	5	4	18
20	5	4	5	5	19
21	5	4	5	4	18
22	5	4	5	5	19
23	4	3	4	3	14
24	4	4	4	4	16
25	3	3	5	4	15
26	4	5	5	4	18
27	5	5	5	4	19
28	5	5	5	5	20
29	3	3	4	4	14
30	3	4	3	3	13
31	5	5	4	4	18
32	4	4	4	3	15
33	3	3	3	3	12
34	2	2	5	5	14
35	5	5	5	4	19
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16
38	4	4	4	4	16

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

39	4	3	4	4	15
40	3	3	3	3	12
41	4	4	5	4	17
42	5	5	5	5	20
43	3	3	4	4	14
44	4	4	4	4	16
45	4	4	5	3	16
46	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16
48	4	4	4	3	15
49	4	4	4	2	14
50	4	2	3	4	13
51	4	4	4	3	15
52	3	3	4	3	13
53	4	4	4	4	16
54	4	2	4	4	14
55	5	5	5	5	20
56	4	4	4	3	15
57	5	5	5	4	19
58	3	3	3	4	13
59	5	4	5	4	18
60	5	4	5	5	19
61	5	4	5	5	19
62	4	3	4	3	14
63	5	4	5	4	18
64	4	4	4	4	16
65	4	4	4	4	16
66	4	4	4	4	16
67	3	3	4	3	13
68	4	4	4	4	16
69	4	4	4	4	16
70	3	3	4	4	14
71	5	4	5	5	19
72	4	3	4	3	14
73	5	5	5	5	20
74	3	3	4	4	14
75	3	4	3	3	13
76	5	5	4	4	18
77	4	4	4	3	15
78	4	4	4	4	16
79	4	4	5	4	17

80	5	5	5	5	20
81	3	3	4	4	14
82	4	2	5	5	16
83	4	4	4	3	15
84	4	2	4	4	14
85	3	3	3	3	12
86	4	4	5	4	17
87	4	4	4	3	15
88	5	5	5	5	20
89	4	2	4	4	14
90	5	5	5	5	20
91	3	3	4	3	13
92	4	4	4	4	16
93	4	4	4	3	15
94	3	3	3	4	13
95	4	4	4	4	16
96	4	4	4	4	16
97	3	3	3	4	13
98	3	3	4	3	13
99	4	4	4	4	16
100	5	5	5	4	19
101	3	3	3	3	12
102	2	2	5	5	14
103	5	5	5	4	19
104	5	4	3	3	15
105	5	5	5	4	19
106	5	5	5	5	20
107	5	4	5	4	18
108	4	4	4	4	16
109	3	3	4	3	13
110	4	4	4	4	16
111	4	4	4	3	15
112	5	4	5	4	18
113	5	4	5	5	19
114	4	3	4	3	14
115	3	3	4	3	13
116	5	5	4	4	18
117	4	4	4	3	15
118	5	4	3	3	15

Keputusan Pemilihan (Y)

No.	Keputusan Pemilihan					
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y
1	4	5	4	4	4	21
2	4	4	5	5	5	23
3	5	4	4	5	4	22
4	5	5	5	5	5	25
5	4	3	3	4	4	18
6	5	4	4	4	5	22
7	4	3	2	3	3	15
8	4	4	2	3	4	17
9	4	4	4	4	4	20
10	5	4	4	4	5	22
11	5	4	3	3	3	18
12	4	4	3	5	5	21
13	4	4	4	4	5	21
14	4	4	3	3	3	17
15	4	3	4	5	4	20
16	4	4	3	3	3	17
17	5	5	5	5	5	25
18	4	3	4	5	4	20
19	5	4	5	5	5	24
20	5	5	5	5	5	25
21	4	5	3	4	5	21
22	4	4	3	4	3	18
23	4	4	4	4	4	20
24	4	4	5	5	5	23
25	5	4	4	4	4	21
26	3	3	4	3	5	18
27	4	4	3	5	5	21
28	4	5	4	4	4	21
29	4	4	3	3	3	17
30	4	4	2	3	3	16
31	5	5	5	5	5	25
32	4	4	4	4	4	20
33	3	4	4	4	4	19
34	4	3	3	4	5	19
35	4	4	2	4	4	18
36	4	4	3	4	4	19
37	4	4	4	4	4	20
38	4	4	3	4	4	19

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

39	4	5	4	4	4	21
40	3	4	2	4	3	16
41	5	4	4	4	4	21
42	5	5	3	5	5	23
43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	4	4	4	20
45	5	4	5	5	4	23
46	4	4	3	4	4	19
47	4	4	2	4	4	18
48	4	3	3	4	3	17
49	4	4	3	4	4	19
50	5	4	3	5	4	21
51	5	4	4	4	4	21
52	4	3	2	4	3	16
53	4	4	5	5	5	23
54	5	4	4	5	4	22
55	5	5	4	4	4	22
56	4	4	2	4	3	17
57	4	4	2	4	4	18
58	4	4	3	5	5	21
59	4	5	3	4	5	21
60	4	4	3	4	3	18
61	5	5	5	5	5	25
62	4	3	4	5	4	20
63	5	4	5	5	5	24
64	4	4	3	4	4	19
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	3	4	4	19
67	4	3	2	3	3	15
68	4	4	2	3	4	17
69	4	4	4	4	4	20
70	4	4	3	3	3	17
71	5	5	5	5	5	25
72	4	3	4	5	4	20
73	4	5	4	4	4	21
74	4	4	3	3	3	17
75	4	4	2	3	3	16
76	5	5	5	5	5	25
77	4	4	4	4	4	20
78	4	4	5	5	5	23
79	5	4	4	4	4	21

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

80	5	5	3	5	5	23
81	4	4	4	4	4	20
82	4	3	4	5	4	20
83	4	4	2	4	3	17
84	5	4	4	5	4	22
85	3	4	2	4	3	16
86	5	4	4	4	4	21
87	4	3	3	4	3	17
88	5	5	4	4	4	22
89	5	4	4	5	4	22
90	5	5	4	4	4	22
91	4	3	2	3	3	15
92	4	4	2	3	4	17
93	4	4	2	4	3	17
94	4	4	3	5	5	21
95	4	4	3	4	4	19
96	4	4	5	5	5	23
97	4	4	3	5	5	21
98	4	4	4	4	5	21
99	4	4	3	4	4	19
100	4	4	2	4	4	18
101	3	4	2	4	3	16
102	4	3	3	4	5	19
103	4	4	2	4	4	18
104	4	4	3	3	3	17
105	4	4	3	5	5	21
106	4	5	4	4	4	21
107	5	4	5	5	5	24
108	4	4	3	4	4	19
109	4	3	2	4	3	16
110	4	4	5	5	5	23
111	4	4	2	4	3	17
112	4	5	3	4	5	21
113	4	4	3	4	3	18
114	4	4	4	4	4	20
115	4	3	2	4	3	16
116	5	5	5	5	5	25
117	4	4	4	4	4	20
118	4	4	3	3	3	17

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (N=30)

Program (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.461*	0,233	0,321	.438*	.761**
	Sig. (2-tailed)		0,010	0,216	0,084	0,015	0,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.461*	1	0,304	-0,009	0,106	.578**
	Sig. (2-tailed)	0,010		0,102	0,961	0,575	0,001
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	0,233	0,304	1	0,077	0,121	.599**
	Sig. (2-tailed)	0,216	0,102		0,687	0,525	0,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	0,321	-0,009	0,077	1	.503**	.571**
	Sig. (2-tailed)	0,084	0,961	0,687		0,005	0,001
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.438*	0,106	0,121	.503**	1	.663**
	Sig. (2-tailed)	0,015	0,575	0,525	0,005		0,000
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.761**	.578**	.599**	.571**	.663**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,000	0,001	0,000	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,622	5

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Harga (X2)

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	0,215	0,233	0,315	.701**
	Sig. (2-tailed)		0,254	0,215	0,090	0,000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	0,215	1	0,171	.461*	.636**
	Sig. (2-tailed)	0,254		0,366	0,010	0,000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	0,233	0,171	1	0,340	.644**
	Sig. (2-tailed)	0,215	0,366		0,066	0,000
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	0,315	.461*	0,340	1	.742**
	Sig. (2-tailed)	0,090	0,010	0,066		0,000
	N	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.701**	.636**	.644**	.742**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,603	4

Lokasi (X3)

Correlations				
		X3.1	X3.2	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.589**	.874**
	Sig. (2-tailed)		0,001	0,000
	N	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.589**	1	.908**
	Sig. (2-tailed)	0,001		0,000
	N	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.874**	.908**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	
	N	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,736	2

Promosi (X4)

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	Total
X4.1	Pearson Correlation	1	.659**	0,153	-0,057	0,115	0,143	0,238	.595**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,418	0,763	0,544	0,450	0,205	0,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	.659**	1	0,335	0,154	0,174	0,226	0,236	.715**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,071	0,417	0,358	0,230	0,209	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	0,153	0,335	1	.402*	.402*	-0,110	-0,012	.557**
	Sig. (2-tailed)	0,418	0,071		0,027	0,028	0,564	0,952	0,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.4	Pearson Correlation	-0,057	0,154	.402*	1	0,346	0,027	-0,106	.440*
	Sig. (2-tailed)	0,763	0,417	0,027		0,061	0,888	0,577	0,015
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.5	Pearson Correlation	0,115	0,174	.402*	0,346	1	0,333	0,193	.620**
	Sig. (2-tailed)	0,544	0,358	0,028	0,061		0,072	0,307	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.6	Pearson Correlation	0,143	0,226	-0,110	0,027	0,333	1	.594**	.527**
	Sig. (2-tailed)	0,450	0,230	0,564	0,888	0,072		0,001	0,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.7	Pearson Correlation	0,238	0,236	-0,012	-0,106	0,193	.594**	1	.528**
	Sig. (2-tailed)	0,205	0,209	0,952	0,577	0,307	0,001		0,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.595**	.715**	.557**	.440*	.620**	.527**	.528**	1
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,000	0,001	0,015	0,000	0,003	0,003	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,648	7

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Sumber Daya Manusia (X5)

Correlations					
		X5.1	X5.2	X5.3	Total
X5.1	Pearson Correlation	1	0,352	.607**	.848**
	Sig. (2-tailed)		0,056	0,000	0,000
	N	30	30	30	30
X5.2	Pearson Correlation	0,352	1	0,317	.685**
	Sig. (2-tailed)	0,056		0,088	0,000
	N	30	30	30	30
X5.3	Pearson Correlation	.607**	0,317	1	.821**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,088		0,000
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.848**	.685**	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	
	N	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,694	3

Proses (X6)

Correlations					
		X6.1	X6.2	X6.3	Total
X6.1	Pearson Correlation	1	0,326	.549**	.835**
	Sig. (2-tailed)		0,079	0,002	0,000
	N	30	30	30	30
X6.2	Pearson Correlation	0,326	1	0,013	.587**
	Sig. (2-tailed)	0,079		0,945	0,001
	N	30	30	30	30
X6.3	Pearson Correlation	.549**	0,013	1	.758**
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,945		0,000
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.835**	.587**	.758**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,000	
	N	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,530	3

Bukti Fisik (X7)

Correlations						
		X7.1	X7.2	X7.3	X7.4	Total
X7.1	Pearson Correlation	1	.543**	.597**	.510**	.859**
	Sig. (2-tailed)		0,002	0,000	0,004	0,000
	N	30	30	30	30	30
X7.2	Pearson Correlation	.543**	1	0,230	0,316	.688**
	Sig. (2-tailed)	0,002		0,221	0,089	0,000
	N	30	30	30	30	30
X7.3	Pearson Correlation	.597**	0,230	1	.646**	.777**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,221		0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30
X7.4	Pearson Correlation	.510**	0,316	.646**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	0,004	0,089	0,000		0,000
	N	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.859**	.688**	.777**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,780	4

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Keputusan Pemilihan (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.402*	.391*	0,346	0,197	.569**
	Sig. (2-tailed)		0,028	0,033	0,061	0,296	0,001
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.402*	1	0,325	0,203	0,265	.546**
	Sig. (2-tailed)	0,028		0,080	0,283	0,158	0,002
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.391*	0,325	1	.699**	.646**	.875**
	Sig. (2-tailed)	0,033	0,080		0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	0,346	0,203	.699**	1	.661**	.831**
	Sig. (2-tailed)	0,061	0,283	0,000		0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	0,197	0,265	.646**	.661**	1	.799**
	Sig. (2-tailed)	0,296	0,158	0,000	0,000		0,000
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.569**	.546**	.875**	.831**	.799**	1
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,002	0,000	0,000	0,000	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,788	5

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (N=118)

Program (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	,415**	,369**	,277**	,227*	,664**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,002	0,014	0,000
	N	118	118	118	118	118	118
X1.2	Pearson Correlation	,415**	1	,210*	,201*	,319**	,631**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,022	0,029	0,000	0,000
	N	118	118	118	118	118	118
X1.3	Pearson Correlation	,369**	,210*	1	,306**	,270**	,708**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,022		0,001	0,003	0,000
	N	118	118	118	118	118	118
X1.4	Pearson Correlation	,277**	,201*	,306**	1	,596**	,662**
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,029	0,001		0,000	0,000
	N	118	118	118	118	118	118
X1.5	Pearson Correlation	,227*	,319**	,270**	,596**	1	,691**
	Sig. (2-tailed)	0,014	0,000	0,003	0,000		0,000
	N	118	118	118	118	118	118
Total	Pearson Correlation	,664**	,631**	,708**	,662**	,691**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	118	118	118	118	118	118

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Harga (X2)

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	,234*	,351**	,416**	,749**
	Sig. (2-tailed)		0,011	0,000	0,000	0,000
	N	118	118	118	118	118
X2.2	Pearson Correlation	,234*	1	,323**	,411**	,673**
	Sig. (2-tailed)	0,011		0,000	0,000	0,000
	N	118	118	118	118	118
X2.3	Pearson Correlation	,351**	,323**	1	,313**	,684**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,001	0,000
	N	118	118	118	118	118
X2.4	Pearson Correlation	,416**	,411**	,313**	1	,733**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,001		0,000
	N	118	118	118	118	118
Total	Pearson Correlation	,749**	,673**	,684**	,733**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	118	118	118	118	118

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tempat (X3)

Correlations				
		X3.1	X3.2	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	,666**	,901**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000
	N	118	118	118
X3.2	Pearson Correlation	,666**	1	,924**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000
	N	118	118	118
Total	Pearson Correlation	,901**	,924**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	
	N	118	118	118

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Promosi (X4)

Correlations									
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	Total
X4.1	Pearson Correlation	1	,633**	0,133	0,009	-0,039	0,030	0,037	,517**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,153	0,923	0,673	0,751	0,689	0,000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118
X4.2	Pearson Correlation	,633**	1	0,094	0,099	-0,034	0,108	0,141	,555**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,311	0,287	0,711	0,244	0,126	0,000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118
X4.3	Pearson Correlation	0,133	0,094	1	,444**	0,165	0,155	0,076	,558**
	Sig. (2-tailed)	0,153	0,311		0,000	0,073	0,093	0,415	0,000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118
X4.4	Pearson Correlation	0,009	0,099	,444**	1	,274**	,195*	0,092	,533**
	Sig. (2-tailed)	0,923	0,287	0,000		0,003	0,035	0,323	0,000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118
X4.5	Pearson Correlation	-0,039	-0,034	0,165	,274**	1	,575**	,335**	,540**
	Sig. (2-tailed)	0,673	0,711	0,073	0,003		0,000	0,000	0,000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118
X4.6	Pearson Correlation	0,030	0,108	0,155	,195*	,575**	1	,481**	,612**
	Sig. (2-tailed)	0,751	0,244	0,093	0,035	0,000		0,000	0,000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118
X4.7	Pearson Correlation	0,037	0,141	0,076	0,092	,335**	,481**	1	,546**
	Sig. (2-tailed)	0,689	0,126	0,415	0,323	0,000	0,000		0,000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118
Total	Pearson Correlation	,517**	,555**	,558**	,533**	,540**	,612**	,546**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	118	118	118	118	118	118	118	118

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Sumber Daya Manusia (X5)

Correlations					
		X5.1	X5.2	X5.3	Total
X5.1	Pearson Correlation	1	,530**	,687**	,890**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000
	N	118	118	118	118
X5.2	Pearson Correlation	,530**	1	,557**	,794**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000
	N	118	118	118	118
X5.3	Pearson Correlation	,687**	,557**	1	,872**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000
	N	118	118	118	118
Total	Pearson Correlation	,890**	,794**	,872**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	
	N	118	118	118	118
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

Proses (X6)

Correlations					
		X6.1	X6.2	X6.3	Total
X6.1	Pearson Correlation	1	,351**	,488**	,790**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000
	N	118	118	118	118
X6.2	Pearson Correlation	,351**	1	,226*	,709**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,014	0,000
	N	118	118	118	118
X6.3	Pearson Correlation	,488**	,226*	1	,764**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,014		0,000
	N	118	118	118	118
Total	Pearson Correlation	,790**	,709**	,764**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	
	N	118	118	118	118
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).					

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Bukti Fisik (X7)

Correlations						
		X7.1	X7.2	X7.3	X7.4	Total
X7.1	Pearson Correlation	1	,692**	,535**	,402**	,858**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	118	118	118	118	118
X7.2	Pearson Correlation	,692**	1	,367**	,241**	,766**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,008	0,000
	N	118	118	118	118	118
X7.3	Pearson Correlation	,535**	,367**	1	,611**	,782**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	118	118	118	118	118
X7.4	Pearson Correlation	,402**	,241**	,611**	1	,705**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,008	0,000		0,000
	N	118	118	118	118	118
Total	Pearson Correlation	,858**	,766**	,782**	,705**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	118	118	118	118	118

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Keputusan Pemilihan (Y)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Total
Y1.1	Pearson Correlation	1	,392**	,483**	,389**	,337**	,654**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	118	118	118	118	118	118
Y1.2	Pearson Correlation	,392**	1	,342**	,192*	,365**	,575**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,037	0,000	0,000
	N	118	118	118	118	118	118
Y1.3	Pearson Correlation	,483**	,342**	1	,583**	,610**	,862**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	118	118	118	118	118	118
Y1.4	Pearson Correlation	,389**	,192*	,583**	1	,642**	,769**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,037	0,000		0,000	0,000
	N	118	118	118	118	118	118
Y1.5	Pearson Correlation	,337**	,365**	,610**	,642**	1	,817**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	118	118	118	118	118	118
Total	Pearson Correlation	,654**	,575**	,862**	,769**	,817**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	118	118	118	118	118	118

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Hasil Uji Reliabilitas (N=118)

Program (X1)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	118	100,0
	Excluded[a]	0	0,0
	Total	118	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of *Items*
0,681	5

Harga (X2)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	118	100,0
	Excluded[a]	0	0,0
	Total	118	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of *Items*
0,666	4

Tempat (X3)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	118	100,0
	Excluded[a]	0	0,0
	Total	118	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of *Items*
0,796	2

Promosi (X4)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	118	100,0
	Excluded[a]	0	0,0
	Total	118	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of *Items*
0,608	7

Sumber Daya Manusia (X5)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	118	100,0
	Excluded[a]	0	0,0
	Total	118	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of *Items*
0,808	3

Proses (X6)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	118	100,0
	Excluded[a]	0	0,0
	Total	118	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of *Items*
0,614	3

Bukti Fisik (X7)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	118	100,0
	Excluded[a]	0	0,0
	Total	118	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of *Items*
0,780	4

Keputusan Pemilihan (Y)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	118	100,0
	Excluded[a]	0	0,0
	Total	118	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of *Items*
0,789	5

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Lampiran 6. Frekuensi Distribusi Responden

Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	56	47,45
2.	Perempuan	62	52,55
	Total	118	100

Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	17	4	3,39
2.	18	26	22,03
3.	19	23	19,49
4.	20	22	18,64
5.	21	23	19,49
6.	22	12	10,17
7.	23	6	5,08
8.	24	2	1,69
	Total	118	100

Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Asal

No.	Asal	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Jabodetabek	42	35,59
2.	Jawa Barat	15	12,71
3.	Jawa Tengah	7	5,93
4.	Jawa Timur	38	32,20
5.	Bali/NTB/NTT	0	0
6.	Sumatera	7	5,93
7.	Kalimantan	9	7,63
8.	Sulawesi	0	0
9.	Maluku/Papua	0	0
	Total	118	100

Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Tahun Terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

No.	Tahun Terdaftar	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	2011	0	0
2.	2012	0	0
3.	2013	1	0,85
4.	2014	5	4,24
5.	2015	15	12,71
6.	2016	24	20,34

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

7.	2017	19	16,10
8.	2018	23	19,49
9.	2019	31	26,27
	Total	118	100

Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

No.	Sumber Informasi	Jumlah Jawaban	Persentase (%)
1.	Keluarga	55	34,59
2.	Guru	24	15,09
3.	Alumni	36	22,64
4.	Sosial Media (Sosmed)	21	13,21
5.	Bimbingan Belajar (Bimbel)	23	14,47
	Total	159	100

Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Pilihan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

No.	Pilihan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Pertama	85	72,03
2.	Kedua	29	24,58
3.	Ketiga	4	3,39
	Total	118	100

Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Alasan Memilih Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

No.	Alasan Memilih	Jumlah Jawaban	Persentase (%)
1.	Program	46	34,59
2.	Harga	5	3,76
3.	Tempat	57	42,86
4.	Promosi	4	3,01
5.	Sumber Daya Manusia	12	9,02
6.	Proses	5	3,76
7.	Bukti Fisik	4	3,01
	Total	133	100

Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Jurusan di Fakultas

No.	Jurusan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Ilmu Administrasi Bisnis	70	59,32
2.	Ilmu Administrasi Publik	48	40,68
	Total	118	100

Frekuensi Distribusi Responden berdasarkan Kepuasan Ekspektasi

No.	Kepuasan Ekspektasi	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Ya	108	91,53
2.	Tidak	10	8,47
	Total	118	100

Lampiran 7. Frekuensi Distribusi Jawaban Responden

Item	Skor					Total
	1	2	3	4	5	
X1.1	0	0	16	62	40	118
X1.2	0	3	18	59	38	118
X1.3	5	41	44	18	10	118
X1.4	0	0	12	73	33	118
X1.5	0	1	45	53	19	118
X2.1	1	25	56	23	13	118
X2.2	0	6	80	19	13	118
X2.3	0	0	33	58	27	118
X2.4	0	4	60	45	9	118
X3.1	0	3	26	58	31	118
X3.2	0	5	35	44	34	118
X4.1	0	36	27	35	20	118
X4.2	0	46	34	35	3	118
X4.3	3	40	39	24	12	118
X4.4	1	38	46	29	4	118
X4.5	2	28	55	31	2	118
X4.6	4	42	52	20	0	118
X4.7	10	51	33	21	3	118
X5.1	0	7	24	63	24	118
X5.2	0	0	41	66	11	118
X5.3	0	0	51	56	11	118
X6.1	0	3	43	59	13	118
X6.2	0	6	46	47	19	118
X6.3	2	10	61	36	9	118
X7.1	0	2	25	54	37	118
X7.2	0	8	29	60	21	118
X7.3	0	0	14	63	41	118
X7.4	0	1	34	60	23	118
Y1.1	0	0	5	83	30	118
Y1.2	0	0	17	80	21	118
Y1.3	0	23	37	40	18	118

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Y1.4	0	0	17	65	36	118
Y1.5	0	0	28	55	35	118

Item	Skor					Total
	1	2	3	4	5	
X1.1	0,00%	0,00%	13,56%	52,54%	33,90%	100%
X1.2	0,00%	2,54%	15,25%	50,00%	32,20%	100%
X1.3	4,24%	34,75%	37,29%	15,25%	8,47%	100%
X1.4	0,00%	0,00%	10,17%	61,86%	27,97%	100%
X1.5	0,00%	0,85%	38,14%	44,92%	16,10%	100%
X2.1	0,85%	21,19%	47,46%	19,49%	11,02%	100%
X2.2	0,00%	5,08%	67,80%	16,10%	11,02%	100%
X2.3	0,00%	0,00%	27,97%	49,15%	22,88%	100%
X2.4	0,00%	3,39%	50,85%	38,14%	7,63%	100%
X3.1	0,00%	2,54%	22,03%	49,15%	26,27%	100%
X3.2	0,00%	4,24%	29,66%	37,29%	28,81%	100%
X4.1	0,00%	30,51%	22,88%	29,66%	16,95%	100%
X4.2	0,00%	38,98%	28,81%	29,66%	2,54%	100%
X4.3	2,54%	33,90%	33,05%	20,34%	10,17%	100%
X4.4	0,85%	32,20%	38,98%	24,58%	3,39%	100%
X4.5	1,69%	23,73%	46,61%	26,27%	1,69%	100%
X4.6	3,39%	35,59%	44,07%	16,95%	0,00%	100%
X4.7	8,47%	43,22%	27,97%	17,80%	2,54%	100%
X5.1	0,00%	5,93%	20,34%	53,39%	20,34%	100%
X5.2	0,00%	0,00%	34,75%	55,93%	9,32%	100%
X5.3	0,00%	0,00%	43,22%	47,46%	9,32%	100%
X6.1	0,00%	2,54%	36,44%	50,00%	11,02%	100%
X6.2	0,00%	5,08%	38,98%	39,83%	16,10%	100%
X6.3	1,69%	8,47%	51,69%	30,51%	7,63%	100%
X7.1	0,00%	1,69%	21,19%	45,76%	31,36%	100%
X7.2	0,00%	6,78%	24,58%	50,85%	17,80%	100%
X7.3	0,00%	0,00%	11,86%	53,39%	34,75%	100%
X7.4	0,00%	0,85%	28,81%	50,85%	19,49%	100%
Y1.1	0,00%	0,00%	4,24%	70,34%	25,42%	100%
Y1.2	0,00%	0,00%	14,41%	67,80%	17,80%	100%
Y1.3	0,00%	19,49%	31,36%	33,90%	15,25%	100%
Y1.4	0,00%	0,00%	14,41%	55,08%	30,51%	100%
Y1.5	0,00%	0,00%	23,73%	46,61%	29,66%	100%

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Item	*Mean*	*Grand Mean*
X1.1	4,203	3,831
X1.2	4,119	
X1.3	2,890	
X1.4	4,178	
X1.5	3,763	
X2.1	3,186	3,492
X2.2	3,331	
X2.3	3,949	
X2.4	3,500	
X3.1	3,992	3,949
X3.2	3,907	
X4.1	3,331	2,954
X4.2	2,958	
X4.3	3,017	
X4.4	2,975	
X4.5	3,025	
X4.6	2,746	
X4.7	2,627	
X5.1	3,881	3,763
X5.2	3,746	
X5.3	3,661	
X6.1	3,695	3,568
X6.2	3,669	
X6.3	3,339	
X7.1	4,068	3,996
X7.2	3,797	
X7.3	4,229	
X7.4	3,89	
Y1.1	4,212	3,983
Y1.2	4,034	
Y1.3	3,449	
Y1.4	4,161	
Y1.5	4,059	

Lampiran 8. Hasil Analisis Faktor 1

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,619
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2063,555
	df	378
	Sig.	0,000

Communalities		
	Initial	Extraction
X1.1	1,000	0,729
X1.2	1,000	0,743
X1.3	1,000	0,580
X1.4	1,000	0,642
X1.5	1,000	0,730
X2.1	1,000	0,673
X2.2	1,000	0,549
X2.3	1,000	0,735
X2.4	1,000	0,675
X3.1	1,000	0,748
X3.2	1,000	0,754
X4.1	1,000	0,813
X4.2	1,000	0,784
X4.3	1,000	0,833
X4.4	1,000	0,629
X4.5	1,000	0,676
X4.6	1,000	0,681
X4.7	1,000	0,579
X5.1	1,000	0,723
X5.2	1,000	0,790
X5.3	1,000	0,832
X6.1	1,000	0,799
X6.2	1,000	0,675
X6.3	1,000	0,649
X7.1	1,000	0,863
X7.2	1,000	0,724
X7.3	1,000	0,770
X7.4	1,000	0,734
Extraction Method: Principal Component Analysis.		

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Loadings			Loadings		
	Total	Variance	e %	Total	Variance	e %	Total	Variance	e %
1	8,411	30,038	30,038	8,411	30,038	30,038	3,067	10,953	10,953
2	2,333	8,331	38,369	2,333	8,331	38,369	3,012	10,758	21,711
3	2,069	7,391	45,760	2,069	7,391	45,760	2,818	10,063	31,774
4	1,826	6,520	52,280	1,826	6,520	52,280	2,597	9,274	41,048
5	1,515	5,412	57,692	1,515	5,412	57,692	2,385	8,519	49,568
6	1,446	5,165	62,857	1,446	5,165	62,857	2,252	8,042	57,610
7	1,330	4,750	67,608	1,330	4,750	67,608	2,014	7,191	64,801
8	1,185	4,231	71,838	1,185	4,231	71,838	1,970	7,037	71,838
9	0,975	3,481	75,320						
10	0,872	3,114	78,434						
11	0,822	2,935	81,369						
12	0,672	2,399	83,768						
13	0,603	2,153	85,921						
14	0,513	1,831	87,753						
15	0,497	1,775	89,528						
16	0,428	1,528	91,056						
17	0,397	1,418	92,474						
18	0,375	1,339	93,813						
19	0,322	1,151	94,964						
20	0,287	1,025	95,989						
21	0,246	0,880	96,869						
22	0,236	0,844	97,712						
23	0,185	0,660	98,372						
24	0,149	0,532	98,904						
25	0,119	0,426	99,330						
26	0,083	0,295	99,626						
27	0,072	0,256	99,881						
28	0,033	0,119	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Component Matrix[a]

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
X1.1	0,469	0,254	-0,332	0,228	-0,140	0,420	0,273	0,110
X1.2	0,341	0,286	0,147	0,418	0,339	0,470	0,084	-0,080
X1.3	0,363	0,477	0,094	0,239	-0,311	0,034	0,238	-0,018
X1.4	0,732	0,046	0,139	-0,178	-0,037	0,006	-0,071	0,216
X1.5	0,765	-0,056	0,158	0,112	-0,033	0,035	-0,295	0,119
X2.1	0,373	0,286	0,493	-0,121	0,089	-0,011	0,316	0,293
X2.2	0,588	0,168	0,278	0,008	0,153	-0,132	-0,025	-0,237
X2.3	0,253	0,114	0,587	-0,050	0,492	0,242	-0,073	-0,066
X2.4	0,450	0,252	0,359	-0,315	-0,020	-0,251	0,309	-0,150
X3.1	0,579	-0,039	0,287	0,446	-0,272	0,032	-0,113	-0,208
X3.2	0,699	-0,278	0,099	0,020	-0,140	0,177	-0,081	-0,348
X4.1	0,348	-0,353	0,292	0,557	0,123	-0,335	-0,059	0,203
X4.2	0,346	-0,418	0,008	0,536	0,006	-0,382	-0,125	0,203
X4.3	0,234	0,122	-0,572	0,270	0,590	-0,037	0,115	0,013
X4.4	0,363	0,145	-0,298	-0,122	0,556	-0,075	-0,237	0,041
X4.5	0,526	0,300	-0,142	-0,125	-0,062	0,275	-0,440	-0,010
X4.6	0,459	0,488	-0,272	0,089	-0,204	-0,097	-0,314	0,032
X4.7	0,412	0,434	-0,092	0,241	-0,337	0,031	-0,107	0,169
X5.1	0,703	0,178	-0,198	-0,310	0,052	-0,193	-0,079	0,123
X5.2	0,692	-0,100	0,183	-0,196	0,109	-0,097	-0,380	-0,254
X5.3	0,843	-0,008	-0,225	-0,054	0,043	-0,187	0,103	0,141
X6.1	0,786	0,085	-0,187	-0,223	-0,022	-0,175	0,228	0,078
X6.2	0,483	-0,405	-0,299	-0,218	-0,228	0,062	-0,102	-0,274
X6.3	0,512	0,144	-0,041	-0,084	-0,004	-0,448	0,283	-0,275
X7.1	0,673	-0,398	-0,034	-0,002	0,029	0,306	0,285	-0,273
X7.2	0,591	-0,300	-0,340	0,232	0,041	0,018	0,311	-0,126
X7.3	0,512	-0,491	-0,040	-0,285	0,014	0,283	0,044	0,320
X7.4	0,547	-0,336	0,164	-0,196	-0,106	0,182	0,059	0,457

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 8 components extracted.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Rotated Component Matrix[a]

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
X1.1	0,266	-0,019	0,054	0,220	0,722	-0,103	0,272	0,038
X1.2	0,144	-0,087	0,035	-0,039	0,442	0,062	0,263	0,666
X1.3	0,006	0,320	0,090	-0,063	0,666	0,039	-0,114	0,091
X1.4	0,150	0,364	0,407	0,499	0,163	0,139	0,022	0,156
X1.5	0,263	0,165	0,523	0,352	0,176	0,390	0,010	0,230
X2.1	-0,231	0,490	-0,052	0,373	0,230	0,034	-0,108	0,414
X2.2	0,213	0,490	0,296	-0,014	0,071	0,179	0,045	0,370
X2.3	-0,020	0,149	0,100	0,114	-0,143	0,015	-0,003	0,818
X2.4	0,056	0,767	0,056	0,106	0,062	-0,076	-0,137	0,201
X3.1	0,407	0,139	0,261	-0,045	0,368	0,490	-0,247	0,239
X3.2	0,721	0,184	0,294	0,169	0,085	0,181	-0,102	0,186
X4.1	0,046	0,074	-0,041	0,119	-0,010	0,874	0,032	0,156
X4.2	0,128	-0,006	0,038	0,112	0,004	0,851	0,118	-0,124
X4.3	0,067	-0,005	-0,002	-0,089	0,130	0,090	0,892	0,034
X4.4	-0,008	0,124	0,393	0,085	-0,148	-0,013	0,639	0,150
X4.5	0,164	-0,011	0,715	0,155	0,251	-0,147	0,100	0,138
X4.6	-0,035	0,168	0,640	-0,070	0,439	0,040	0,153	-0,139
X4.7	-0,062	0,107	0,396	0,046	0,621	0,124	-0,027	-0,059
X5.1	0,114	0,485	0,498	0,349	0,099	-0,006	0,295	-0,086
X5.2	0,398	0,342	0,598	0,141	-0,204	0,182	0,004	0,251
X5.3	0,295	0,475	0,314	0,410	0,232	0,240	0,367	-0,085
X6.1	0,276	0,597	0,250	0,396	0,238	0,044	0,281	-0,102
X6.2	0,686	0,081	0,270	0,208	-0,088	-0,008	0,020	-0,271
X6.3	0,232	0,723	0,079	-0,088	0,098	0,121	0,159	-0,092
X7.1	0,802	0,183	-0,057	0,327	0,120	0,076	0,123	0,202
X7.2	0,603	0,175	-0,091	0,186	0,242	0,269	0,383	-0,097
X7.3	0,376	-0,022	0,075	0,779	-0,088	0,044	0,071	0,020
X7.4	0,183	0,091	0,100	0,798	0,058	0,170	-0,093	0,072

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. Rotation converged in 26 iterations.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Lampiran 9. Hasil Analisis Faktor 2

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,824
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1371,577
	df	210
	Sig.	0,000

Communalities		
	Initial	Extraction
X1.1	1,000	0,605
X1.4	1,000	0,675
X1.5	1,000	0,732
X2.2	1,000	0,546
X2.4	1,000	0,592
X3.1	1,000	0,748
X3.2	1,000	0,746
X4.2	1,000	0,585
X4.5	1,000	0,778
X4.6	1,000	0,743
X4.7	1,000	0,676
X5.1	1,000	0,677
X5.2	1,000	0,755
X5.3	1,000	0,774
X6.1	1,000	0,829
X6.2	1,000	0,744
X6.3	1,000	0,604
X7.1	1,000	0,791
X7.2	1,000	0,766
X7.3	1,000	0,760
X7.4	1,000	0,664
Extraction Method: Principal Component Analysis.		

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Loadings			Loadings		
	Total	Variance	e %	Total	Variance	e %	Total	Variance	e %
1	7,770	36,999	36,999	7,770	36,999	36,999	3,190	15,190	15,190
2	1,976	9,409	46,408	1,976	9,409	46,408	2,804	13,355	28,544
3	1,437	6,842	53,250	1,437	6,842	53,250	2,532	12,056	40,600
4	1,351	6,433	59,683	1,351	6,433	59,683	2,374	11,306	51,906
5	1,228	5,846	65,529	1,228	5,846	65,529	2,027	9,653	61,559
6	1,027	4,893	70,421	1,027	4,893	70,421	1,861	8,863	70,421
7	0,992	4,725	75,147						
8	0,801	3,812	78,959						
9	0,740	3,524	82,483						
10	0,528	2,516	84,999						
11	0,503	2,393	87,392						
12	0,453	2,157	89,549						
13	0,388	1,850	91,399						
14	0,351	1,672	93,071						
15	0,298	1,419	94,490						
16	0,287	1,365	95,855						
17	0,271	1,288	97,144						
18	0,211	1,004	98,148						
19	0,167	0,794	98,941						
20	0,133	0,635	99,576						
21	0,089	0,424	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Component Matrix[a]

	Component					
	1	2	3	4	5	6
X1.1	0,459	0,146	0,419	-0,328	0,259	-0,152
X1.4	0,728	0,073	-0,178	-0,113	-0,218	-0,215
X1.5	0,758	0,003	0,112	0,146	-0,330	-0,122
X2.2	0,571	0,224	-0,286	0,292	-0,046	-0,028
X2.4	0,443	0,283	-0,484	0,135	0,250	-0,007
X3.1	0,566	-0,006	0,309	0,546	-0,179	-0,049
X3.2	0,712	-0,297	0,125	0,276	-0,111	0,216
X4.2	0,341	-0,257	0,386	0,414	0,111	-0,265
X4.5	0,526	0,339	0,191	-0,295	-0,349	0,376
X4.6	0,455	0,609	0,274	-0,174	-0,006	0,246
X4.7	0,407	0,510	0,461	0,013	0,014	-0,195
X5.1	0,712	0,241	-0,245	-0,160	-0,049	-0,155
X5.2	0,703	-0,001	-0,225	0,260	-0,317	0,202
X5.3	0,843	0,053	-0,022	-0,126	0,197	-0,070
X6.1	0,800	0,124	-0,220	-0,160	0,260	-0,178
X6.2	0,531	-0,359	-0,029	-0,207	-0,010	0,538
X6.3	0,507	0,199	-0,280	0,258	0,389	0,103
X7.1	0,689	-0,472	0,066	-0,001	0,241	0,178
X7.2	0,604	-0,292	0,245	-0,057	0,490	0,114
X7.3	0,545	-0,510	-0,049	-0,336	-0,159	-0,250
X7.4	0,557	-0,328	-0,105	-0,288	-0,278	-0,273

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 6 components extracted.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Rotated Component Matrix[a]

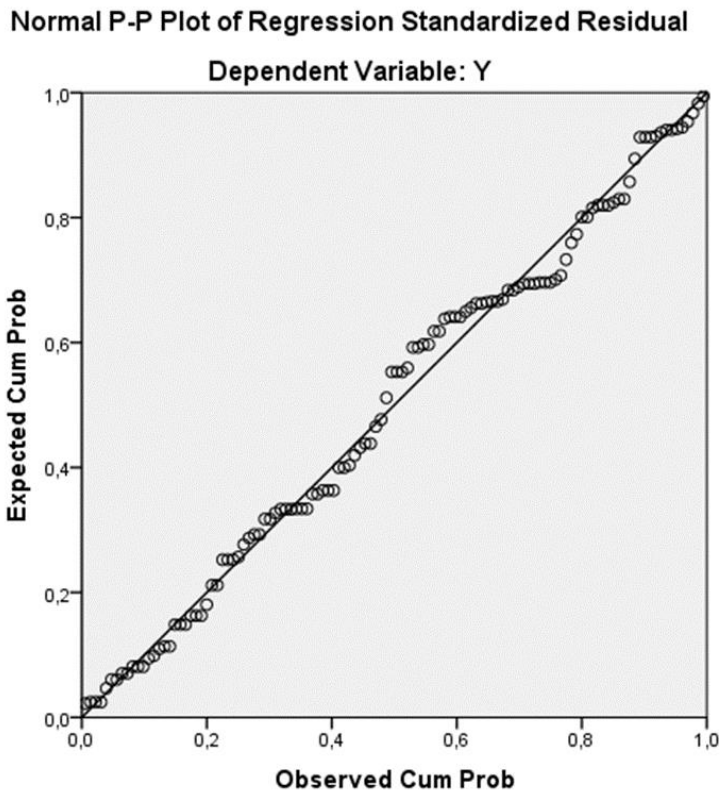
	Component					
	1	2	3	4	5	6
X1.1	0,039	0,195	0,247	0,030	0,706	0,073
X1.4	0,427	0,600	0,039	0,212	0,165	0,243
X1.5	0,254	0,468	0,095	0,563	0,165	0,309
X2.2	0,624	0,149	-0,005	0,321	-0,005	0,178
X2.4	0,765	0,043	0,048	-0,020	0,016	0,033
X3.1	0,171	0,066	0,101	0,818	0,128	0,137
X3.2	0,196	0,244	0,503	0,583	-0,043	0,231
X4.2	-0,022	0,079	0,198	0,640	0,215	-0,289
X4.5	0,084	0,182	0,126	0,065	0,269	0,803
X4.6	0,248	-0,099	0,028	0,049	0,549	0,606
X4.7	0,134	-0,001	-0,152	0,311	0,693	0,243
X5.1	0,570	0,465	0,042	0,067	0,253	0,256
X5.2	0,459	0,298	0,186	0,448	-0,194	0,427
X5.3	0,508	0,396	0,385	0,179	0,397	0,147
X6.1	0,657	0,429	0,276	0,044	0,365	0,052
X6.2	0,078	0,228	0,719	0,021	-0,129	0,390
X6.3	0,708	-0,100	0,253	0,138	0,100	-0,001
X7.1	0,201	0,305	0,761	0,271	0,067	-0,008
X7.2	0,185	0,116	0,737	0,182	0,362	-0,105
X7.3	-0,014	0,792	0,349	0,086	0,033	-0,046
X7.4	0,073	0,781	0,172	0,118	0,031	0,068

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. Rotation converged in 27 iterations.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Lampiran 10. Hasil Uji Asumsi Klasik



Coefficients[a]								
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,695	0,371		1,874	0,064		
	X1	0,159	0,100	0,151	1,590	0,115	0,548	1,824
	X2	0,212	0,083	0,216	2,540	0,012	0,679	1,473
	X3	0,248	0,080	0,297	3,100	0,002	0,535	1,869
	X4	-0,084	0,085	-0,079	-0,984	0,327	0,754	1,326
	X5	0,105	0,106	0,101	0,992	0,324	0,478	2,093
	X6	-0,031	0,108	-0,029	-0,284	0,777	0,472	2,119
	X7	0,202	0,087	0,214	2,310	0,023	0,572	1,749
a. Dependent Variable: Y								

Correlations

			X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	dized
Spearman	X1	Correlation	1,000	.379**	.508**	.403**	.393**	.459**	.419**	0,018
		Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,848
		N	118	118	118	118	118	118	118	118
	X2	Correlation	.379**	1,000	0,165	.218*	.345**	.322**	.376**	0,089
		Sig. (2-tailed)	0,000		0,073	0,018	0,000	0,000	0,000	0,338
		N	118	118	118	118	118	118	118	118
	X3	Correlation	.508**	0,165	1,000	.337**	.500**	.386**	.549**	0,019
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,073		0,000	0,000	0,000	0,000	0,836
		N	118	118	118	118	118	118	118	118
	X4	Correlation	.403**	.218*	.337**	1,000	.390**	.371**	.293**	-0,043
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,018	0,000		0,000	0,000	0,001	0,644
		N	118	118	118	118	118	118	118	118
	X5	Correlation	.393**	.345**	.500**	.390**	1,000	.616**	.421**	-0,011
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,907
		N	118	118	118	118	118	118	118	118
	X6	Correlation	.459**	.322**	.386**	.371**	.616**	1,000	.505**	0,038
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,680
		N	118	118	118	118	118	118	118	118
	X7	Correlation	.419**	.376**	.549**	.293**	.421**	.505**	1,000	-0,003
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000		0,972
		N	118	118	118	118	118	118	118	118
	Unstandar	Correlation	0,018	0,089	0,019	-0,043	-0,011	0,038	-0,003	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,848	0,338	0,836	0,644	0,907	0,680	0,972	
		N	118	118	118	118	118	118	118	118

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Lampiran 11. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pemasaran Digital, Citra Perguruan Tinggi, Referensi, Lokasi, Kualitas SDM, Fasilitas[b]		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pemilihan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,755[a]	0,570	0,547	0,34954

a. Predictors: (Constant), Pemasaran Digital, Citra Perguruan Tinggi, Referensi, Lokasi, Kualitas SDM, Fasilitas

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	*Mean* Square	F	Sig.
1	Regression	18,005	6	3,001	24,561	,000[b]
	Residual	13,562	111	0,122		
	Total	31,566	117			

a. Dependent Variable: Keputusan Pemilihan

b. Predictors: (Constant), Pemasaran Digital, Citra Perguruan Tinggi, Referensi, Lokasi, Kualitas SDM, Fasilitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,751	0,284		2,646	0,009
	Kualitas SDM	0,234	0,086	0,236	2,720	0,008
	Citra Perguruan Tinggi	0,497	0,130	0,511	3,832	0,000
	Fasilitas	-0,246	0,148	-0,244	-1,662	0,099
	Lokasi	0,230	0,070	0,273	3,273	0,001
	Referensi	0,216	0,056	0,285	3,863	0,000
	Pemasaran Digital	-0,084	0,056	-0,113	-1,502	0,136

a. Dependent Variable: Keputusan Pemilihan

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

K (variabel independen)	6
N	118
t tabel = (0,05 ; n-k-1)	
t tabel = (0,05 ; 118-6-1)	
t tabel = 0,05 ;111	1,982

T tabel =TINV(0,05;111)	
T tabel	1,982

N	118
df	116
Signifikansi	0.05
t Tabel	1,982
r Tabel	0,181

T Tabel

N	5%	10%	N	5%	10%
1	12,706	6,314	60	2,000	1,671
2	4,303	2,920	70	1,994	1,667
3	3,182	2,353	80	1,990	1,664
4	2,776	2,132	90	1,987	1,662
5	2,571	2,015	100	1,984	1,660
10	2,228	1,812	110	1,982	1,659
20	2,086	1,725	116	1,981	1,658
30	2,042	1,697	250	1,969	1,651
40	2,021	1,684	500	1,965	1,648
50	2,009	1,676	1000	1,962	1,646

F Tabel

df	1	2	3	4	5	10	110	112	120
1	161,448	18,513	10,128	7,709	6,608	4,965	3,927	3,926	3,920
2	199,500	19,000	9,552	6,944	5,786	4,103	3,079	3,077	3,072
3	215,707	19,164	9,277	6,591	5,409	3,708	2,687	2,686	2,680
4	224,583	19,247	9,117	6,388	5,192	3,478	2,454	2,453	2,447
5	230,162	19,296	9,013	6,256	5,050	3,326	2,297	2,295	2,290
6	233,986	19,330	8,941	6,163	4,950	3,217	2,182	2,181	2,175
10	241,882	19,396	8,786	5,964	4,735	2,978	1,918	1,916	1,910
20	248,013	19,446	8,660	5,803	4,558	2,774	1,667	1,665	1,659
30	250,095	19,462	8,617	5,746	4,496	2,700	1,563	1,561	1,554
40	251,143	19,471	8,594	5,717	4,464	2,661	1,504	1,502	1,495
50	251,774	19,476	8,581	5,699	4,444	2,637	1,466	1,464	1,457
100	253,041	19,486	8,554	5,664	4,405	2,588	1,379	1,377	1,369

Tabel r

Tabel Nilai r Product Moment								
N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,95	0,99	28	0,374	0,478	60	0,254	0,33
5	0,878	0,959	29	0,367	0,47	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,22	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,27
11	0,602	0,735	35	0,334	0,43	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	116	0,181	0,236
14	0,532	0,661	38	0,32	0,413	125	0,176	0,23
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	150	0,159	0,21
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	175	0,148	0,194
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	200	0,138	0,181
18	0,468	0,59	42	0,304	0,393	300	0,113	0,148
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	400	0,098	0,128
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	500	0,088	0,115
21	0,433	0,549	45	0,294	0,38	600	0,08	0,105
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	700	0,074	0,097
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	800	0,07	0,091
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	900	0,065	0,086
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364	1000	0,062	0,081
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Lampiran 12. *Curriculum Vitae*

Nama : Muhammad Ihsan Badaruddin

NIM : 155030200111016

Agama : Islam

TTL : Tangerang, 05 Januari 1998

Alamat : Griya Sangiang Mas, Jl. Merpati Blok D.17 No. 1, Kelurahan Gebang Raya, Kecamatan Periuk, Kota Tangerang

No. Telepon : 081286977071

Email : isanmib@gmail.com

Latar Belakang Pendidikan:

1. SD Negeri 6 Tangerang (2003 – 2009)
2. SMP Negeri 2 Tangerang (2009 – 2012)
3. SMA Negeri 1 Tangerang (2012 – 2015)
4. Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) Universitas Brawijaya Malang (2015 – 2019)

Pengalaman Organisasi dan Kepanitiaan:

1. Anggota Fiesta Band SMA Negeri 1 Tangerang (2015)
2. Anggota Unit Aktivitas Band (*Homeband*) Universitas Brawijaya (2016 – 2017)
3. Panitia The 21st Kharisma Brawijaya Jazz Festival (2017)
4. Panitia Indiegigs 2017 (2017)
5. Panitia The 22nd Kharisma Brawijaya Jazz Festival (2017)

Pengalaman Magang:

PT. Jasa Angkasa Semesta (PT. JAS, Tbk.), Soekarno Hatta Airport, Jakarta. (Juli 2018 – September 2018)

Kemampuan:

1. Bahasa Indonesia (Bahasa Nasional), Bahasa Inggris (Skor 513 TOEFL ITP)
2. Microsoft Office (Skor *Excellent Grade* TRUST Training Partners)

Malang, 21 November 2019

Muhammad Ihsan Badaruddin

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA