

**PENGARUH KUALITAS PT, BIAYA, PROMOSI DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH STIE
NOBEL INDONESIA MAKASSAR**

Skripsi

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana S-1

Program Studi Manajemen



Diajukan oleh:

ARUM ADITYANINGRUM

2017212191

BISNIS DAN PERDAGANGAN INTERNASIONAL

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

NOBEL INDONESIA

MAKASSAR

2021

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

PENGARUH KUALITAS PT, BIAYA, PROMOSI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH STIE NOBEL INDONESIA MAKASSAR

Diajukan oleh :

Nama Mahasiswa : Arum Adityaningrum
NIM : 2017212191

Telah dipertahankan dihadapan tim penguji Tugas Akhir/Skripsi **STIE Nobel Indonesia** pada tanggal **14 Maret 2021** dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Akademik *Sarjana Manajemen - SM*

Makassar, Agustus 2021

Tim Penguji

Pembimbing 1

: Dr Abd Khalik, SE., M.Si

1

Pembimbing 2

: Andi Ummul Khair, S. Pd M.Pd

2

Penguji I

: Ridwan, S.E., M.Si

3

Penguji II

: Yuswari Nur, S.E., M.Si

4

Mengesahkan

Wakil Ketua I
Bidang Akademik

(Dr. Ahmad Firman, SE., M.Si)

Ketua Jurusan

(Yuswari Nur, S.E., M.Si)

Mengetahui

Rektor STIE Nobel Indonesia Makassar



(Dr. H. Mashur Razak, SE., M.M)

SURAT PERNYATAAN

Nama : Arum Adityaningrum
NIM : 2017212191
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Bisnis Dan Perdagangan Internasional
Judul : Pengaruh Kualitas PT, Biaya, Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIE Nobel Indonesia Makassar

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar – benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar – benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar - benarnya, tanpa adanya dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Makassar, 12 Agustus 2021

Yang Menyatakan



Arum Adityaningrum
NIM. 2017212191

ABSTRAK

Arum Adityaningrum Darmiyati. 2021. Pengaruh Kualitas PT, Biaya, Promosi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIE Nobel Indonesia, dibimbing oleh Andi Ummul dan Abd Khalik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas, Biaya, Promosi, dan Fasilitas terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih STIE Nobel Indonesia.

Penelitian ini dilakukan di STIE Nobel Indonesia dengan sampel penelitian 93 responden. Variabel penelitian adalah Kualitas, Biaya, Promosi, dan Fasilitas terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih STIE Nobel Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas, Biaya, Promosi, dan Fasilitas secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih STIE Nobel Indonesia.

Kata Kunci: *Kualitas, Biaya, Promosi, Fasilitas, dan Keputusan Mahasiswa*



ABSTRACT

Arum Adityaningrum Darmiyati. 2021. The Effect of PT Quality, Cost, Promotion, and Facilities toward Students' Decisions to Choose STIE Nobel Indonesia, supervised by Andi Ummul and Abd Khalik.

This study aims to determine the effect of Quality, Cost, Promotion, and Facilities variables toward student decisions in choosing STIE Nobel Indonesia.

This study was conducted at STIE Nobel Indonesia with a sample of 93 respondents. Research variables are Quality, Cost, Promotion, and Facilities on student decisions in choosing STIE Nobel Indonesia. This study used a multiple linear regression analysis method with data collection using a questionnaire.

The results of this study indicate that the variables of Quality, Cost, Promotion, and Facilities partially and simultaneously have a positive and significant effect on student decisions in choosing STIE Nobel Indonesia.

Keywords: *Quality, Cost, Promotion, Facilities, and Student Decisions*



MOTTO

*Nangis Boleh, Kecewa boleh Nyerah jangan
akan selalu ada kemudahan setelah kesulitan*

Persembahan

Rasa syukur yang tidak akan pernah berhenti ku ucapkan atas nikmat yang Allah berikan,

skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta ibuku yang selalu mendoakanku disetiap sujudnya dan bapakku yang selalu mendoakanku didalam ibadahnya,

untuk saudaraku kakaku tersayang Ajeng Retno , dosen-dosenku yang selalu memberikan yang terbaik untuk setiap mahasiswa untuk almamaterku tercinta dan sahabat-sahabatku yang selalu memberikan doa dan dukungannya Teguh,Silvia,Ayu Eka,Andi Lutfia.

Kata Pengantar

Assalamu Alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas PT,Biaya,Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIE Nobel Indonesia Makassar** . Oleh karena itu penulis menyampaikan shalawat serta salam, semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan petunjuk kepada umatnya. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar sarjana manajemen (S.M) pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini penulis menemui banyak kendala. Oleh karena itu melalui kesempatan ini, penulis ingin menghaturkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Mashur Razak, S., MM selaku ketua STIE Nobel Indonesia yang telah memberikan persetujuan untuk mengadakan penelitian.
2. Dr. Ahmad Firman, SE., M.Si selaku Wakil Ketua Satu Bidang Akademik yang telah memberikan arahan dan masukan bagi penulis.
3. Bapak Yuswari Nur, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah membantu mempercepat legitimasi penelitian ini.
4. Bapak Ridwan, SE., M.Si dan Yuswari Nur SE., M.,Si selaku penguji.
5. Bapak/Ibu dosen yang telah begitu tulus membekali penulis dengan ilmu dan pelajaran yang sangat berharga selama proses perkuliahan dari awl hingga akhir.

6. Ayahanda tercinta Bambang S dan ibunda tersayang Wahmiati serta saudaraku dan sahabat-sahabatku.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu segala kritikan dan saran yang membangun akan penulis terima dengan baik.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
Arum Adityaningrum Darmiyati. 2021. Pengaruh Kualitas PT, Biaya, Promosi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIE Nobel Indonesia, dibimbing oleh Andi Ummul dan Abd Khalik.	ii
DAFTAR ISI	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1. Sebagai sumbang saran Pada STIE Nobel Indonesia Makassar terkait pengaruh Kualitas PT, Biaya, Promosi dan Fasilitas.	5
2. Sebagai Persyaratan akademik untuk menyelesaikan program studi S1 manajemen STIE Nobel Indonesia Makassar.	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Pengambilan Keputusan.....	6
2.2. Kualitas PT.....	10
2.3. Biaya	12
2.4. Promosi	14
2.5. Fasilitas	17
2.6. Penelitian Terdahulu	18
2.7. Kerangka Berpikir.....	21
2.8. Hipotesis.....	23

BAB III	24
METODE PENELITIAN	24
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.2 Metode Pengumpulan Data	25
3.3 Jenis dan Sumber is dan Sumber.....	26
3.4 Metode Analisis Data.....	27
3.4.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	27
3.4.2. Analisis Regresi Liner Berganda.....	29
3.4.3. Uji T (Uji Parsial).....	29
3.4.4. Uji F (Uji Simultan)	30
3.5 Defenisi Operasional	31
BAB IV	33
HASIL PENELITIAN	33
4.1. Gambaran Umum STIE Nobel Indonesia	33
4.2 Visi STIE Nobel Indonesia	34
4.3 Misi STIE Nobel Indonesia.....	34
4.4 Tujuan STIE Nobel Indonesia.....	35
Gambar 4.4.1	36
4.6 Deskripsi Variabel Penelitian.....	38
5.6 Uji Kualitas Data.....	49
5.6.1 Uji Validitas	49
5.8 Analisis Hasil Penelitian	54
5.8.1 Analisis Regresi Liner Berganda	54
DAFTAR PUSTAKA	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 data mahasiswa.....	3
Gambar 4.4.1 struktur organisasi.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 jenis kelamin.....	40
Tebal 4.2 usia	41
Tabel 4.3 program jurusan.....	41
Tabel 4.4 variabel kualitas.....	42
Tabel 4.5 variabel biaya	44
Tabel 4.6 variabel promosi	46
Tabel 4.7 variabel fasilitas	48
Tabel 4.8 variabel keputusan mahasiswa	49
Tabel 4.9 uji validasi	51
Tabel 4.10 uji rehabilitasi kualitas	52
Tabel 4.11 uji rehabilitas biaya	52
Tabel 4.12 uji reabilitas promosi	53
Tabel 4.13 uji reabilitas fasilitas	53
Tabel 4.14 uji reabilitas keputusan	54
Tebal 4.15 uji analisis regresi berganda	55
Tabel 4.16 uji f	58

Tabel 4.17 uji t.....	61
-----------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner.....	67
Lampiran 2 Hasil Frequency.....	72
Lampiran 3 Hasil Uji Validasi.....	80
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	85
Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Berganda.....	86

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sekolah tinggi adalah perguruan tinggi yang menyediakan pendidikan akademis dan, dalam kelompok ilmu pengetahuan dan teknologi tertentu, juga dapat menyelenggarakan pendidikan vokasi. dan jika sudah memenuhi syarat sekolah tinggi dapat menyelenggarakan pendidikan profesi. Berdasarkan Pasal 16 ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1989 dan Pasal 20 (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 yang berkaitan dengan sistem pendidikan nasional, perguruan tinggi selain akademi, politeknik, institut, dan universitas merupakan salah satu bentuk pendidikan tinggi. Penjelasan pasal 20 ayat 1 UU Nomor 20 tahun 2003 menyebutkan, sekolah tinggi menyelenggarakan pendidikan akademik dan vokasi dalam lingkup satu disiplin ilmu pengetahuan, teknologi dan seni dan jika memenuhi syarat dapat menyelenggarakan pendidikan profesi.

Dalam pendidikan formal setelah seseorang menyelesaikan pendidikan SMA, baik SMA maupun SMK dihadapkan pada sebuah pilihan, yaitu melanjutkan pendidikan di jenjang Sekolah Tinggi atau langsung memasuki dunia kerja. Untuk kehidupan yang lebih baik di masa depan, tidak cukup hanya mengandalkan ijazah SMA / SMK atau yang sederajat. Sebagian besar lowongan kerja yang ditawarkan kepada masyarakat menunjukkan bahwa lulusan S1/D3 sederajat memiliki keterampilan yang lebih spesifik. Hal tersebut mendorong lulusan SMA / SMK untuk memilih melanjutkan studi ke jenjang yang lebih tinggi yaitu di sekolah tinggi.

Menentukan sekolah tinggi dan jurusan yang tepat tidaklah mudah. Seringkali kurangnya informasi, ketidaktahuan terhadap minat dan bakat akan sering menimbulkan masalah dan penyesalan di kemudian hari. Permasalahan tersebut antara lain kualitas sekolah tinggi yang tidak sesuai harapan, karena kurang tertarik pada bidang yang dipilih dan tidak dapat menyelesaikan perkuliahan dengan benar serta tidak dapat mendengarkan perkuliahan dengan benar sehingga mengakibatkan (DO).

STIE Nobel Indonesia Makassar ini menyelenggarakan mata kuliah berbasis kewirausahaan, dimana kewirausahaan menggabungkan teori dengan praktek. Dengan cara ini, alumni tidak lagi direpotkan mencari pekerjaan dengan kesempatan kerja yang sempit. Mata kuliah profesional dan wirausaha muda mandiri, sesuai visinya (menjadi perguruan tinggi senior dengan pengetahuan manajemen dan akuntansi dalam manajemen dan akuntansi produksi sumber daya manusia, Steve Nobel memiliki dua jurusan di bidang manajemen dan akuntansi. Berbasis kewirausahaan Untuk melatih lulusan sebagai manajer

Manajemen yang memiliki konsentrasi di antaranya keuangan perbankan, bisnis dan perdagangan internasional, bisnis property, bisnis retail, bisnis investasi dan bisnis perhotelan dan pariwisata. Akuntansi yang memiliki konsentrasi diantaranya akuntansi sector public/keuangan daerah, teknologi sistem informasi akuntansi, dan akuntansi korporasi

Dengan melihat banyaknya pemilihan konsentrasi di Stie Nobel yang menjadikan alternatif pilihan bagi mahasiswa. Pada tahun 2017-2019 Stie Nobel Mengalami penurunan yang drastis. Untuk lebih jelasnya bisa melihat table di bawah ini:

Tabel 1.1 Data Mahasiswa Ang.2017-2019

Tabel Data Mahasiswa Stie Nobel Indonesia Tahun 2017-2019

(Placeholder1)	Jumlah Mahasiswa (Orang)
2017/2018	150
2018/2019	123
2019/2020	110

Sumber akademik

Pada table di atas menunjukkan bahwa penurunan mahasiswa dari tahun ketahun sehingga peneliti mencoba meneliti 3 aspek besar yang dianggap sangat berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih Stie Nobel sebagai berikut : Kualitas PT, Biaya, Promosi dan Fasilitas.

Adapun faktor-faktor yang dianggap menjadi daya tarik mahasiswa untuk melanjutkan studi dipengaruhi oleh beberapa factor, kualitas PT, biaya, promosi dan fasilitas. Sehingga apa yang menjadi harapan sekolah tinggi alumni yang berkualitas sekaligus tetap eksis sebagai suatu bisnis didunia pendidikan dapat tercapai.

Kotler (1997), mendefinisikan kualitas sebagai keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan.

Biaya pendidikan meliputi sumbangan pendidikan (SPP) per semester, dana kesejahteraan dan fasilitas siswa (DKM), dan dana bulanan untuk asrama (khusus bagi siswa yang tinggal di asrama), termasuk biaya makan dan transportasi, serta pengeluaran lainnya seperti biaya keanggotaan, perpustakaan, Biaya laboratorium, yaitu

semua pengorbanan finansial yang dikeluarkan oleh siswa yang belajar di institusi pilihan mereka.

Promosi merupakan upaya lembaga pendidikan memberikan informasi kepada peserta didik untuk memahami keberadaan produk, meliputi variabel, penggunaan iklan di media massa dan elektronik, penggunaan brosur sebagai media informasi, dan penggunaan website.

Fasilitas yang dimaksud adalah sarana pendidikan yang ada di sekolah khususnya perguruan tinggi berupa, gedung atau ruang kelas dan perabot serta peralatan pendukung didalamnya, media pembelajaran, buku atau sumber daya lainnya.

Berdasarkan dari penjelasan diatas disini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian **Pengaruh Kualitas PT, Biaya, Promosi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Stie Nobel Indonesia Makassar.**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor Kualitas PT, Biaya, Promosi dan Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa dalam memilih STIE Nobel Indonesia Makassar?
2. Apakah faktror Kualitas PT, Biaya, Promosi dan Fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa dalam memilih STIE Nobel Indonesia Makassar?

3. Faktor manakah dari Kualitas PT, Biaya, Promosi dan Fasilitas yang paling dominan mempengaruhi minat mahasiswa memilih STIE Nobel Indonesia Makassar?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas PT, Biaya, Promosi dan Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih STIE Nobel Indonesia Makassar
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas PT, Biaya, Promosi dan Fasilitas secara simultan terhadap minat mahasiswa dalam memilih STIE Nobel Indonesia Makassar
3. Untuk mengetahui faktor manakah dari pengaruh Kualitas PT, Biaya, Promosi dan Fasilitas yang paling dominan yang mempengaruhi minat mahasiswa memilih STIE Nobel Indonesia Makassar

1.4. Manfaat Penelitian

1. Sebagai sumbang saran Pada STIE Nobel Indonesia Makassar terkait pengaruh Kualitas PT, Biaya, Promosi dan Fasilitas.
2. Sebagai Persyaratan akademik untuk menyelesaikan program studi S1 manajemen STIE Nobel Indonesia Makassar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengambilan Keputusan

Menurut Profesor SH.Prajudi Atmosudirjo. Pernyataan bahwa keputusan adalah tentang penghentian suatu masalah atau proses berpikir untuk memikirkan suatu masalah adalah menyelesaikan masalah dengan melepaskan pilihan. Saat mengambil keputusan, Anda harus mempertimbangkan keputusan tersebut agar tidak ada kesalahan dalam mengambil keputusan.

Reid (2011: 358) mengatakan bahwa orang membuat keputusan setiap hari. Secara umum menurut Schiffman dan Kanuk (2008: 458) keputusan adalah memilih dua alternatif atau lebih, dengan kata lain untuk mengambil keputusan harus ada alternatif.

Menurut R. Terry menjelaskan dasar pengambilan keputusan yang berlaku antara lain:

1. Instuisi

Keputusan yang diambil berdasarkan intuisi atau perasaan lebih bersifat subjektif yaitu mudah terkena sugesti, pengaruh luar, dan faktor kejiwaan lainnya.

2. pengalaman

Dalam hal tersebut, pengalaman memang dapat dijadikan pedoman dalam menyelesaikan masalah. keputusan yang berdasarkan pengalaman sangat bermanfaat bagi pengetahuan praktis. Pengalaman dan kemampuan untuk

memperkirakan apa yang menjadi latar belakang masalah dan bagaimana arah penyelesaiannya sangat membantu dan memudahkan pemecahan masalah

3. Fakta

keputusan yang berdasarkan sejumlah fakta, data atau informasi yang cukup itu memang merupakan keputusan yang baik dan solid, namun untuk mendapatkan informasi yang sangat cukup itu sangat sulit.

4. wewenang

keputusan yang berdasarkan pada wewenang semata akan menimbulkan sifat rutin dan mengasosiasikan dengan praktik dictatorial. Keputusan berdasarkan wewenang kadang oleh pembuat keputusan sering melewati permasalahan yang seharusnya di pecahkan justru menjadi kabur atau kurang jelas.

5. Rasional

keputusan yang bersifat rasional berkaitan dengan gaya guna. Masalah-masalah yang dihadapi merupakan masalah yang memerlukan memecahkan masalah yang rasional. keputusan yang dibuat berdsarkan pertimbangan rasionala lebih bersifat objektif.

Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Kotler dan Amstrong (2003:189) menyatakan “Consumer purchases are influence strongly by cultural, social, personal, and psichological characteristic”.

(Menurut Kotler dan Amstrong (2003:200), faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli terdiri dari) :

1. Faktor budaya, yaitu penentu keinginan dan perilaku yang mendasari yang terdiri dari kumpulan nilai, preferensi dan perilaku menunjukkan preferensi produk dan merek yang berbeda dalam banyak hal.
2. Faktor sosial, yaitu dapat berasal dari kelompok acuan merupakan semua kelompok yang mempengaruhi langsung (tatap muka) atau tidak terhadap sikap atau perilaku seseorang, sedangkan berasal dari keluarga merupakan organisasi pembelian yang paling penting dalam masyarakat, dan ia telah menjadi objek penelitian yang luas.
3. Faktor pribadi, yaitu terdiri dari usia dan tahap siklus hidup konsumsi yang dibentuk oleh siklus hidup keluarga, pemasar sering memilih kelompok berdasarkan siklus hidup sebagai pasar sasaran.
4. Faktor psikologis, yaitu motivasi dan pengetahuan seseorang konsumen yang timbul dari pengalamannya. Menurut Kotler dan Keller (2009:184), Proses pengambilan keputusan membeli pada konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat individual (internal) maupun yang berasal dari lingkungan (eksternal):

1. Faktor individual (internal)

- a. Sumber daya konsumen waktu, uang dan perhatian merupakan sumber daya yang dimiliki konsumen yang digunakan dalam setiap situasi pengambilan keputusan.
- b. Keterlibatan dan motivasi keterlibatan merupakan tingkat dari kepentingan atau ketertarikan personal yang ditimbulkan oleh stimulus dalam situasi tertentu. Terhadap tingkat keterlibatan yang hadir, konsumen di motivasi untuk bertindak dengan pertimbangan untuk meminimalkan resiko dan untuk memaksimalkan keuntungan yang didapat dari penggunaan dan pembelian.
- c. Pengetahuan konsumen terdiri dari informasi yang disimpan di dalam ingatan. Informasi yang dimiliki konsumen mengenai produk akan sangat mempengaruhi pola pembelian mereka.
- d. Sikap didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh, intensitas, dukungan dan kepercayaan adalah sifat penting dari sikap. Pencarian informasi dan evaluasi yang luas atas pelbagai kemungkinan akan menghasilkan pembentukan suatu sikap terhadap alternatif-alternatif yang dipertimbangkan.
- e. Kepribadian diartikan sebagai respon yang konsisten terhadap stimulus lingkungan. Kepribadian seseorang akan menentukan bagaimana seseorang mengkonsumsi suatu produk.
- f. Gaya hidup diartikan sebagai pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup yang dianut seseorang juga menentukan dalam pemilihan serta keputusan pembelian sebuah produk.

g. Demografi Karakteristik demografi seperti usia, pendapatan dan pendidikan juga membedakan bagaimana seseorang terlibat dalam pengambilan keputusan konsumen.

2. Faktor lingkungan (eksternal)

a. Budaya

Budaya dalam perilaku konsumen mengacu pada nilai, gagasan, artefak, dan simbol-simbol lain yang bermakna yang membantu individu untuk berkomunikasi, melakukan penafsiran dan evaluasi sebagai anggota masyarakat. Perbedaan budaya juga menentukan jenis produk yang dipilih untuk dikonsumsi. .

b. Kelas sosial

Kelas sosial adalah pembagian di dalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama. Status kelas sosial menghasilkan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda.

2.2. Kualitas PT

Meningkatkan kualitas pendidikan tinggi adalah tugas universal yang harus dilakukan oleh semua penyelenggara pendidikan tinggi, baik itu pendidikan tinggi yang diselenggarakan oleh pemerintah atau masyarakat.

Akreditasi adalah bentuk penilaian mutu perguruan tinggi, kelayakan, dan mutu perguruan tinggi atau program pembelajaran, yang dilakukan oleh organisasi atau lembaga independen selain perguruan tinggi. BAN-PT merupakan lembaga independen,

baik dari segi organisasi maupun pendanaan, merupakan lembaga nasional yang diakui di bidang sertifikasi dan penilaian mutu perguruan tinggi.

Rencana studi disertifikasi sesuai dengan interaksi antara berbagai standar dalam standar pendidikan tinggi nasional. Proses sertifikasi dijelaskan oleh status sertifikasi dari rencana pembelajaran, yaitu bersertifikat dan tidak bersertifikat. Adapun pemeringkatan akreditasi program studi tersebut antara lain: pengakuan A berarti pengakuan yang artinya unggul dari standar pendidikan tinggi yang diakui secara nasional; pengakuan B berarti sangat berkualitas yang berarti melebihi standar pendidikan tinggi nasional; pengakuan C berarti memenuhi syarat. Memperoleh sertifikasi berarti memenuhi standar nasional pendidikan tinggi.

Akreditasi bagi program studi merupakan salah satu bentuk penilain (evaluasi) mutu dan kelayakan instansi perguruan tinggi atau program studi yang dilakukan oleh organisasi atau badan mandiri diluar perguruan tinggi, dukungan terhadap hal tersebut difokuskan pada representasi akreditasi mutu dalam pendidikan. semakin tinggi akreditasi semakin positif keputusan mahasiswa memilih program studi.

Hill, Lomas, & MacGregor (2003) yang menyebutkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap kualitas perguruan tinggi adalah lebih pada pengalaman di kampus, dimana bisa memberikan nilai tambah bagi pengetahuan di dalamnya. Persepsi terhadap kualitas adalah guru/dosen yang berkualitas, tenaga administrasi yang dapat memberikan pelayanan dan terbuka terhadap keluhan. Artinya bahwa persepsi masyarakat terhadap lembaga pemeringkat tidak begitu berdampak, hal ini terlihat dari

pernyataan konsumen bahwa dalam pemilihan suatu perguruan tinggi masih relatif sedikit yang menggunakan peringkat perguruan tinggi sebagai referensinya.

2.3. Biaya

Menurut Wijaya (2010: 84), biaya pendidikan diartikan sebagai semua jenis pengeluaran untuk penyelenggaraan pendidikan, dan harga adalah segala bentuk pengeluaran yang terjadi selama proses pendidikan. Harga merupakan salah satu poin terpenting untuk memasuki dunia pendidikan.

Menurut Mulyono (2010: 82), biaya adalah jumlah uang yang disediakan atau dialokasikan, digunakan, atau dibelanjakan untuk mencapai berbagai fungsi atau kegiatan untuk mencapai tujuan dalam kerangka proses manajemen. Biaya pendidikan dapat dikatakan sebagai salah satu faktor penting dalam penyelenggaraan pendidikan, tanpa adanya dukungan biaya pendidikan maka proses pendidikan akan terganggu.

Menurut Mulyono (2020) Biaya pendidikan merupakan keseluruhan pengorbanan finansial yang dikeluarkan oleh konsumen (orangtua mahasiswa atau mahasiswa) untuk keperluan selama menempuh pendidikan dari awal sampai berakhirnya pendidikan. Baik itu biaya registrasi dan sks tiap semester, biaya sumbangan pembangunan gedung, dana kesejahteraan dan fasilitas mahasiswa persemester, dan biaya-biaya perkuliahan lainnya yang meliputi biaya pengembangan dan pembiayaan kegiatan kurikuler dan ekstra kurikuler, biaya buku peralatan,serta biaya-biaya pendidikan lainnya yang digunakan untuk menunjang perkuliahan.

Pembiayaan (*costing*) pendidikan menurut Levin (1987) adalah proses pengalokasian sumber dana terbatas untuk melaksanakan pendidikan antar jalur, jenis,

maupun jenjang pendidikan; baik pusat maupun daerah; baik negeri maupun swasta; baik input, proses, maupun output pendidikan. Pembiayaan pendidikan adalah jumlah rupiah yang dialokasikan untuk melaksanakan pendidikan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi biaya pendidikan diantaranya:

1. Kenaikan harga (rising prices)
2. Perubahan relative dalam gaji guru (teacher salaries)
3. Perubahan dalam populasi dan kenaikan presentasi anak di sekolah negeri
4. Meningkatnya standar pendidikan (educational standards)
5. Meningkatnya anak yang meninggalkan sekolah
6. Meningkatnya tuntutan yang lebih tinggi.

Tujuan biaya pendidikan adalah:

1. Terlaksananya fungsi manajemen
2. Terselenggaranya pendidikan dengan lancar;
3. Terlaksananya peningkatan mutu proses dan hasil belajar siswa.

Manfaat pembiayaan pendidikan yaitu:

1. Memenuhi kebutuhan sekolah
2. Memenuhi standar pendidikan
3. Meningkatnya mutu proses dan hasil belajar siswa.

Harga atau biaya pendidikan merupakan salah satu tolak ukur dalam memilih pendidikan berkelanjutan. Harga atau biaya pendidikan menjadi tanggung jawab orang tua siswa, sehingga mereka sangat peka terhadapnya. Biaya gedung biaya modal (cost of capital), biaya operasional (operasional expensis) dan sumber sumber penerimaan (revenue). Biaya modal yang dikeluarkan sebagian digunakan untuk mendirikan kampus

baru maupun perluasan yang sudah ada. Umumnya biaya modal yang berjumlah sangat besar yang mencakup dan fasilitas operasional, dan besarnya biaya modal ini akan sangat dipengaruhi jarak dan harga yang berlaku pada lokasi tertentu yang dipilih. Demikian juga biaya operasional yang mencakup upah/gaji/honor dosen, gaji karyawan, biaya listrik, telepon, perawatan gedung dan peralatan serta biaya-biaya lainnya.

2.4. Promosi

Menurut Saladin & Oesman, 2002; 123 promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.

Menurut swastha & irawan (2008 : 355), adapun beberapa factor yang mempengaruhi bauran promosi diantaranya yaitu:

1. Jumlah Dana Yang Digunakan Untuk Promosi

Jumlah dana yang tersedia merupakan faktor penting yang mempengaruhi bauran promosi. Perusahaan dengan dana lebih besar akan memiliki kegiatan promosi yang lebih efektif dibandingkan perusahaan dengan dana terbatas. Oleh karena itu, bagi perusahaan dengan kekuatan finansial yang lemah, beriklan di majalah atau surat kabar lebih baik daripada menggunakan penjualan pribadi untuk menghemat uang dan menarik banyak pembeli potensial.

2. Sifat Pasar

- a. Secara geografis, perusahaan yang hanya memiliki pasar lokal biasanya melakukan kegiatan promosi yang berbeda dengan perusahaan yang memiliki pasar domestik maupun internasional. Untuk perusahaan dengan pasar lokal, penjualan perorangan saja mungkin sudah cukup, tetapi untuk perusahaan dengan pasar nasional, paling tidak harus menggunakan iklan.
- b. Konsentrasi Pasar, dapat mempengaruhi strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap: jumlah calon pembeli, jumlah pembeli potensial yang macamnya berbeda-beda, dan konsentrasi secara nasional. Perusahaan yang hanya memusatkan penjualannya pada satu kelompok pembeli saja, maka penggunaan alat promosinya akan berbeda dengan perusahaan yang menjual pada semua kelompok pembeli.
- c. Macam pembeli strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan juga dipengaruhi oleh obyek atau sasaran dalam kampanyenya penjualannya, apakah pembeli industri, konsumen rumah tangga, atau pembeli lainnya. Sering perantara pedagang ikut menentukan atau ambil bagian dalam pelaksanaan 'program promosi perusahaan.

3. Jenis produk

factor lain yang turut mempengaruhi strategi promosi perusahaan adalah jenis produknya, apakah barang konsumsi atau barang industri. Dalam mempromosikan barang konsumsi juga bermacam-macam, apakah barang konvenien, shopping, atau barang special. Pada barang industripun juga

demikian, cara mempromosikan instalasi akan berbeda dengan perlengkapan operasi.

Tujuan Promosi adalah:

1. Mengubah sudut pandang dan tingkah laku pelanggan terhadap suatu barang atau produk.
2. Membentuk citra produk atau *brand* di mata konsumen sesuai dengan Meningkatkan keuntungan.
3. Menggaet calon konsumen baru.
4. Menyebarkan informasi.
5. yang diinginkan oleh penjual atau pemilik *brand*.
6. Bersaing dengan competitor.

Menurut Walyono (2010:135) mengemukakan bauran promosi, antara lain :

1. Iklan

Iklan merupakan bentuk promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan, atau gambar, atau kata-kata yang tertuang dalam bentuk brosur, spanduk, baliho (billboard), koran, majalah, televisi, radio, atau media-media publik lainnya seperti internet.

2. Promosi penjualan

Merupakan bentuk promosi yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan secara langsung melalui kegiatan-kegiatan potongan harga, pemberian hadiah

baik langsung maupun secara undian untuk produk tertentu, pada tempat tertentu, dan pada waktu tertentu.

3. Publisitas

Bentuk promosi yang ditujukan untuk meningkatkan citra perusahaan dengan memberitahukan atau menyiarkan kegiatan positif perusahaan melalui kegiatan sponsorship atau melalui kegiatan amal dan social.

4. Penjualan personal

Merupakan bentuk promosi dengan melakukan kegiatan penjualan langsung secara personal secara pribadi kepada konsumen.

2.5. Fasilitas

Fasilitas adalah semua barang yang sengaja disediakan oleh penyedia layanan untuk digunakan dan dinikmati konsumen, dengan tujuan memberikan kepuasan yang maksimal. Kotler (2009: 45) mengemukakan bahwa fasilitas adalah semua perlengkapan fisik yang disediakan oleh penjual jasa untuk menunjang kenyamanan konsumen.

Faktor lain yang dapat mendukung hasil belajar siswa adalah faktor instrumental seperti fasilitas sekolah menengah. Mulyasa (2011: 49) berpendapat bahwa fasilitas merupakan perlengkapan yang secara langsung menggunakan dan mendukung proses pendidikan khususnya proses mengajar. Sebagai gedung ruangan, meja, kursi dan alat media pembelajaran. Menurut Sopiadin (2010: 73), sarana adalah sarana dan

prasarana yang diperlukan untuk menyelenggarakan kegiatan pendidikan di sekolah menengah.

Fasilitas dibedakan menjadi dua yaitu fisik dan fasilitas uang

- a. Fasilitas fisik adalah segala sesuatu yang berupa benda atau uang yang dapat dibedakan, yang mempunyai peran dapat memudahkan dan melancarkan suatu usaha
- b. Fasilitas uang adalah segala sesuatu yang memberi kemudahan suatu kegiatan sebagai akibat dari nilai uang.

2.6. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti(Tahun)	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil(Kesimpulan)
	Erdawati (2014)	Pengaruh Motivasi,Presepsi dan Promosi terhadap Keputusan mahasiswa memilih STIE Pasaman simpang empat	kuantitatif	Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan dapat disimpulkan Motivasi,Presepsi dan Promosi merupakan faktor-faktor yang dianggap dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih STIE Pasaman samping empat. sesuai hasil analisa dimana ketiga variable

				berpengaruh positif dan signifikan.
	Lidya Ariskawati 2019	Pengaruh Akreditasi Prodi, Biaya Pendidikan dan Fasilitas Pendidikan terhadap keputusan mahasiswa meneruskan studi pada program sarjana (S1) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi	Kuantitatif	Akreditasi prodi berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa meneruskan studi pada program sarjana (S1) fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi. Biaya pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa meneruskan studi pada program sarjana (S1) fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi Fasilitas pendidikan berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa meneruskan studi pada program sarjana (S1) fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Islam Negeri Sulthan

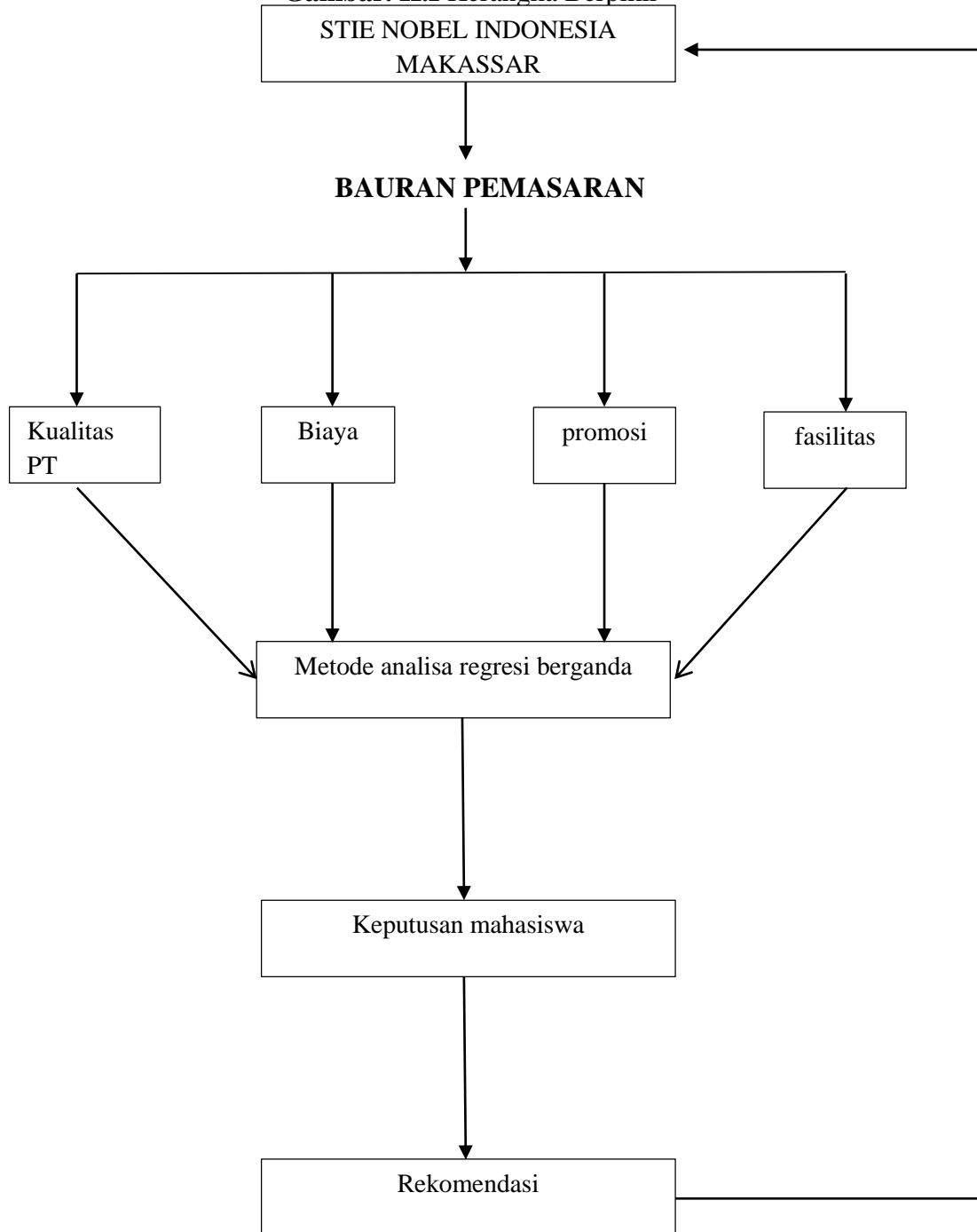
				Thaha Saifuddin Jambi Akreditasi prodi, Biaya pendidikan, dan Fasilitas pendidikan secara secara simultan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa meneruskan studi pada program sarjana (S1) fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Islam Negeri Sultah Thaha Saifuddin Jambi
Rizqi (2018)	Amalia	faktor-faktor yang mempengaruhi keutusan mahasiswa dalam menempuh pendidikan pada program studi pendidikan ekonomi FE UNY	kuantitatif	Biaya pendidikan tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menempuh pendidikan pada prodi Pendidikan Ekonomi FE UNY, Citra prodi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menempuh pendidikan pada prodi Pendidikan Ekonomi FE UNY, Fasilitas pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

				<p>mahasiswa menempuh pendidikan pada prodi Pendidikan Ekonomi FE UNY dan Prospek prodi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menempuh pendidikan pada prodi Pendidikan Ekonomi FE UNY.</p>
--	--	--	--	---

2.7. Kerangka Berpikir

Kualitas PT merupakan suatu standar mutu dan penilaian suatu lembaga pendidikan oleh pihak di luar lembaga. Kualitas PT juga diartikan sebagai sebuah upaya pemerintah untuk menjamin mutu sekolah tinggi. Biaya pendidikan keseluruhan pengorbanan finansial yang dikeluarkan oleh konsumen (orangtua mahasiswa baik mulai dari media social maupun mendatangi langsung sekolah sekolah SMA/SMK di dalam kota ataupun diluar kota. Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat fisik maupun material, yang dapat memudahkan terselenggaranya dalam proses belajar mengajar misalnya dengan tersedianya tempat perlengkapan belajar dikelas, alat-alat perag pengajaran, pepusstakaan, berbagai perlengkapan pratikum laboraturium dan sebagainya.atau mahasiswa) untuk keperluan selama menempuh pendidikan dari awal hingga berakhirnya pendidikan. Promosi yang dilakukan oleh pihak kampus sudah cukup

Gambar. II.I Kerangka Berpikir



2.8. Hipotesis

Dalam kaitannya dengan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disajikan hipotesis sebagai jawaban atau dugaan sementara dan masalah pokok yang telah dikemukakan yaitu sebagai berikut :

- a. Kualitas PT, biaya, promosi dan fasilitas diduga berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih STIE Nobel Indonesia Makassar secara parsial.
- b. Apakah Kualitas PT, biaya, promosi diduga berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih STIE Nobel Indonesia Makassar secara simultan.
- c. Variabel promosi diduga paling berpengaruh dominan terhadap keputusan mahasiswa memilih STIE Nobel Indonesia.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Perusahaan yang menjadi objek penelitian ini adalah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia Makassar yang beralamatkan di jalan Sultan Alauddin No 212 Kec Makassar Kota Makassar Sulawesi Selatan adapun waktu penelitian selama 1 bulan.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Adapun jumlah populasi pada penelitian ini, seluruh mahasiswa angkatan 2017, 2018, 2019 stie nobel indonesia berjumlah 404 mahasiswa.

3.2.2 Sampel

Probability sampling adalah salah satu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dengan probability sampling, maka pengambilan sampel secara acak atau random dari populasi yang ada.

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

Dimana:

n = ukuran sampel minimal

N = ukuran populasi

e = toleransi ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel (1%; 5%; 10%)

3.2 Metode Pengumpulan Data

Skala Likert atau Likert Scale adalah skala penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat. Dengan skala likert ini, responden diminta untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan mereka untuk menunjukkan tingkat persetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan. Pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini biasanya disebut dengan variabel penelitian dan ditetapkan secara spesifik oleh peneliti.

Tingkat persetujuan yang dimaksud dalam skala Likert ini terdiri dari 5 pilihan skala yang mempunyai gradasi dari Sangat Setuju (SS) hingga Sangat Tidak Setuju (STS). 5 pilihan tersebut diantaranya adalah :

- Sangat Setuju (SS)
- Setuju (S)
- Ragu-ragu (RG)
- Tidak Setuju (TS)
- Sangat Tidak Setu (STS)

Selain gradasi Persetujuan, dapat juga digunakan pada beberapa jenis gradasi tentang sikap dan pendapat, seperti :

- Sangat Suka
- Suka
- Netral

- Tidak Suka
- Sangat
- Tidak Suka

3.3 Jenis dan Sumber is dan Sumber

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data. Penelitian ini terdiri dari dua variable, yaitu Non Performing Financing (NPF) sebagai variable bebas (independent) dan Return On Asset (ROA) sebagai variable terikat (dependent).

Adapun sumber data pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1) Data Primer

Pengertian Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu obyek, kejadian atau hasil pengujian (benda). Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara menjawab pertanyaan riset (metode survei) atau penelitian benda (metode observasi).Kelebihan dari data primer adalah data lebih mencerminkan kebenaran berdasarkan dengan apa yang dilihat.dan didengar langsung oleh peneliti sehingga unsur-unsur kebohongan dari sumber yang

fenomenal dapat dihindari. Kekurangan dari data primer adalah membutuhkan waktu yang relatif lama serta biaya yang dikeluarkan relatif cukup besar.

2) Data Sekunder

Pengertian Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke perpustakaan, pusat kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitiannya. Kelebihan dari data sekunder adalah waktu dan biaya yang dibutuhkan untuk penelitian untuk mengklasifikasi permasalahan dan mengevaluasi data, relatif lebih sedikit dibandingkan dengan pengumpulan data primer. Kekurangan dari data sekunder adalah jika sumber data terjadi kesalahan, kadaluwarsa atau sudah tidak relevan dapat mempengaruhi hasil penelitian.

3.4 Metode Analisis Data

3.4.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas

Suatu instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2015: 121). Uji validitas instrumen dilakukan untuk mengetahui kesahihan butir pertanyaan atau pernyataan, sehingga data yang digunakan dalam analisis selanjutnya adalah data yang diambil berdasarkan butir

pertanyaan yang valid. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi product moment yang di kemukakan oleh Karl Pearson dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi X dan Y

N = banyaknya subyek

$\sum XY$ = skor hasil perkalian X dan Y

$\sum X$ = jumlah X

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat X

$\sum Y$ = jumlah Y

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat Y

Syarat minimum dianggap memenuhi syarat apabila $r = 0,3$ sehingga korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2015: 126).

Uji Reliabilitas

Suatu instrument yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2015 : 121). Uji reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai pengumpul data. Menurut Suharsimi Arikunto (2010: 239) untuk menguji realibilitas instrumen dengan dapat digunakan teknik Cronbach Alpha.

3.4.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X_1 dan X_2 = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

3.4.3. Uji T (Uji Parsial)

Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2006). Pengujian parsial regresi dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel yang lain itu konstan. Untuk melakukan pengujian t maka dapat digunakan dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \beta_n / S_{\beta_n}$$

Dimana :

t : mengikuti fungsi t dengan derajat kebebasan (df).

β_n : koefisien regresi masing-masing variabel.

$S\beta_n$: standar error masing-masing variabel.

Dasar pengambilan keputusan:

a. Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ (α) atau T hitung $<$ T tabel berarti hipotesa tidak terbukti maka H_0 diterima H_a ditolak, bila dilakukan uji secara parsial.

b. Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ (α) atau T hitung $>$ T tabel berarti hipotesa terbukti maka H_0 ditolak dan H_a diterima, bila dilakukan uji secara parsial.

3.4.4. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 5 %. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar dari nilai F tabel maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Gunjarati, 2001).

Dimana:

R^2 : koefisien determinasi

n : Jumlah sampel

k : Jumlah variabel bebas

Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05 (\alpha)$ atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ berarti hipotesis tidak terbukti maka H_0 diterima H_a ditolak bila dilakukan secara simultan.
- b. Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05 (\alpha)$ atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ berarti hipotesis terbukti maka H_0 ditolak dan H_a diterima bila dilakukan secara simultan.

3.5 Defenisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	indikator
1.	Kualitas PT	Peningkatan kualitas pendidikan tinggi merupakan suatu keharusan universal yang harus dijalankan oleh semua penyelenggara pendidikan tinggi, baik pendidikan tinggi yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun masyarakat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengalaman dikampus, membeikan nilai tambah bagi pengetahuan 2. Guru atau dosen yang berkualitas 3. Tenaga admistrasi yang dapat memberikan pelayanan dan terbuka terhadap keluhan
2.	Biaya	biaya pendidikan didefinisikan sebagai semua jenis pengeluaran yang dikeluarkan untuk menyelenggarakan pendidikan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya registrasi dan sks tiap semester 2. Biaya sumbangan pembangunan gedung 3. Biaya pengembangan dan pembiayaan

			kegiatan kurikuler dan ekstra kurikuler 4. Biaya buku peralatan
3.	Promosi	promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.	1. Iklan 2. Promosi penjualan 3. Publisitas 4. Penjualan personal
4.	Fasilitas	fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang harus tersedia untuk melancarkan kegiatan pendidikan di sekolah.	1. gedung ruang 2. Meja Kursi serta alat alat media pembelajaran.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum STIE Nobel Indonesia

STIE Nobel Indonesia diawali dengan didirikannya yayasan pendidikan Nobel Indonesia pada tahun 1997 di kota Makassar oleh dua tokoh yang peduli terhadap pendidikan, yaitu Drs. HB. Amiruddin Maula, SH., M.Si., MH dan Drs.H. Sjarlis, M.EC. Akuntan. Pada awal berdiri yayasan tersebut, telah didirikan sebuah lembaga didalamnya yang bergerak dalam bidang pengembangan manajemen, yaitu lembaga pendidikan dan pelatihan manajemen (LPPM) Nobel Indonesia Makassar. Aktivitas lembaga tersebut, lebih banyak melakukan pelatihan-pelatihan dibidang pengembangan sumber daya manusia, khususnya pemerintahan dan hubungannya terhadap keuangan daerah. Selain itu, jua membuka program pendidikan setara diploma satu dalam bidang pariwisata dan juga perhotelan serta ekspor-ekspor.

Pada tahun 1998, kedua tokoh tersebut apakah untuk mendirikan perguruan tinggi bisnis. Bardasarkan keinginan tersebut, maka pada tahun 1999 berdasarkan surat keputusan menteri pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia, Nomor:28/D/0/1999, tanggal 23 Februari 1999 resmilah lahirnya STIE Nobel Indonesia Makassar, dengan membina dua jurusan/program studi yaitu jurusan Manajemen (S1) dan jurusan Akuntansi (S1).

Demi memperkuat jaminan legalitas hukumnya serta untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat umum, STIE Nobel Indonesia Makassar telah memiliki izin untuk 2 jurusan yaitu jurusan Manajemen dengan izin nomor: 4417/D/T/2004 tertanggal 8 November 2004 jurusan Akuntansi dengan izin nomor: 12504/D/T/K-IX/2012 tertanggal 9 Juli 2012. Pada tahun 2006 kedua program studi tersebut telah mendapatkan status akreditasi B dari badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) pada tahun 2008 YPNI diakuisisi oleh Yayasan Nobel Makassar dibawah pimpinan Ir. H. Mubyl Handaling. Kini STIE Nobel Indonesia telah mengasihkan ribuan alumni yang mampu untuk berkompetensi dengan alumni dari perguruan tinggi lainnya.

4.2 Visi STIE Nobel Indonesia

Menjadi sebuah perguruan tinggi bisnis yang unggul dalam mengasihkan sumber daya manusia yang berjiwa entrepreneurship, berbasis teknologi informasi dan berwawasan global

4.3 Misi STIE Nobel Indonesia

- 4.3.1 Melaksanakan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, untuk penembangan ilmu manajemen dan akuntansi yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, khususnya dunia usaha dalam lingkungan yang dinamis
- 4.3.2 Membangun tata kelola organisasi yang sehat, produktif, professional serta berintegrasi dalam mendukung pencapaian tujuan institusi secara

efektif dan efisien.

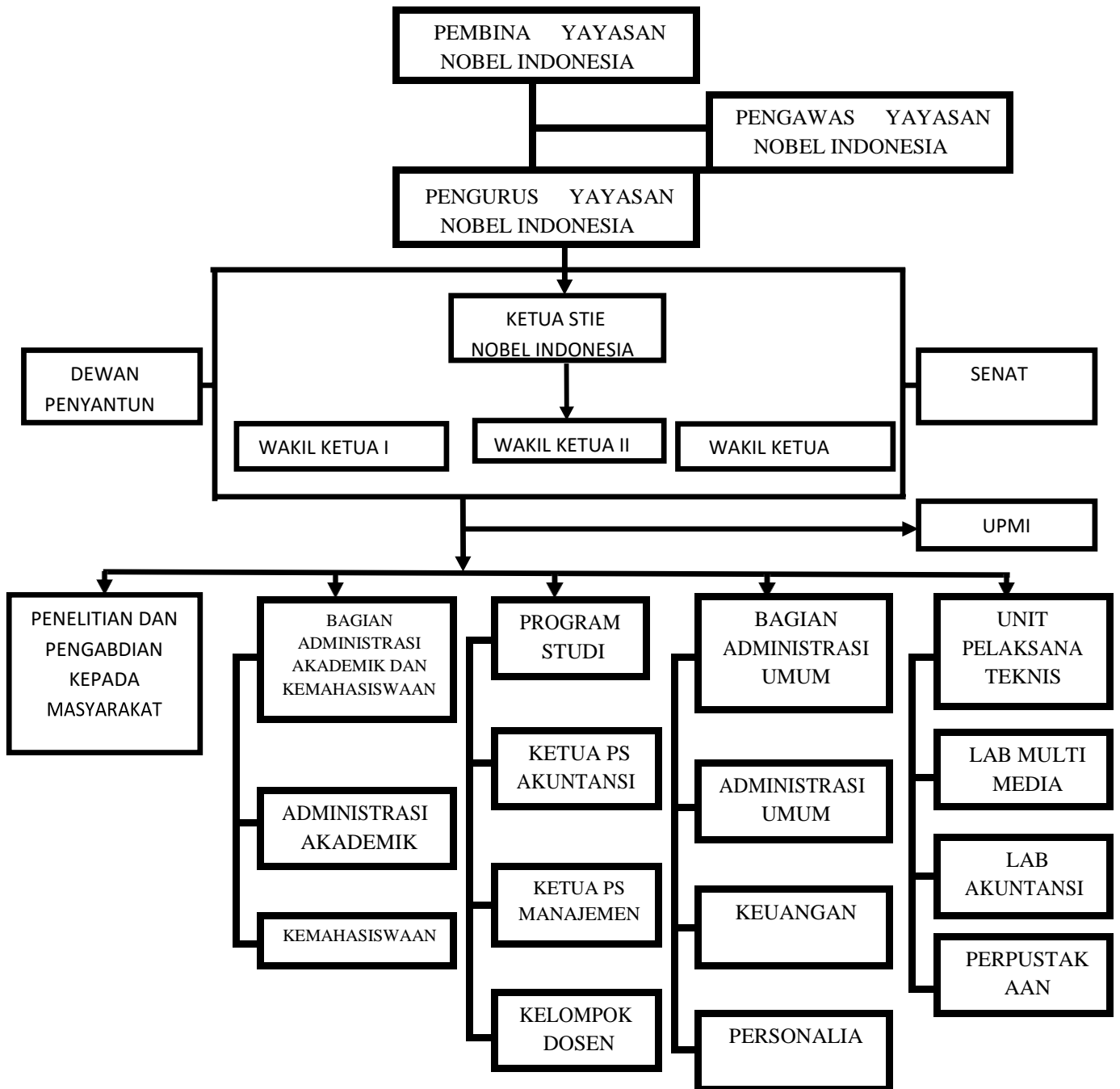
- 4.3.3 Mengembangkan kerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan (stakeholder) yang terkait untuk mengembangkan institusi dan peningkatan kualitas penyelenggaraan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

4.4 Tujuan STIE Nobel Indonesia

- 4.4.1 Menghasilkan riset yang dapat membantu pengembangan ilmu pengetahuan manajemen dan akuntansi pengembangan dunia usaha dan kewirausahaan
- 4.4.2 Memberikan pelayanan terbaik bagi civitas akademika dan stakeholder
- 4.4.3 Memiliki kemampuan dalam memberikan kontribusi bagi terwujudnya kesejahteraan masyarakat, khususnya dunia usaha dan kewirausahaan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat

Gambar 4.4.1

Struktur Organisasi STIE Nobel Indonesia



4.5 Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa/mahasiswi jurusan manajemen dan akuntansi angkatan 2017, 2018, dan 2019 di STIE Nobel Indonesia yang sedang aktif mengikuti perkuliahan yang berjumlah 80 responden. Terdapat beberapa karakteristik responden yang dimasukkan dalam penelitian, diantaranya: jenis kelamin, usia dan program studi.

Untuk memperjelas karakteristik yang dimaksud, maka disajikan tabel mengenai responden berikut ini:

a. Jenis Kelamin

Dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut :

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	22	27,5%
Perempuan	58	72,5%
Total	80	100%

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui mayoritas responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah jenis kelamin perempuan sebanyak 58 orang responden atau sebesar 72,5% dari total 80 responden sedangkan responden jenis kelamin laki-laki berjumlah 22 orang responden atau sebesar 27,5% dari 80 responden, disebabkan karena mayoritas mahasiswa STIE Nobel Indonesia angkatan 2017, 2018, dan 2019.

b. Usia

Usia responden dapat dilihat dalam tabel 4.2 berikut :

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	36	45%
>20 tahun	44	55%
Total	80	100%

Sumber: Data primer diolah 2021

Dari tabel diatas, menunjukkan bahwa responden berusia <20 tahun paling dominan yaitu 36 responden atau 45% dan paling sedikit berusia >20 tahun sebesar 44 responden atau 55%.

c. Program Jurusan

Program Studi berdasarkan responden dapat dilihat dalam tabel 4.3 berikut :

Program Studi	Jumlah	Persentase
Manajemen	62	77%
Akuntansi	18	22%
Total	80	100%

Sumber: Data primer diolah 2021

Dari tabel diatas, menunjukkan bahwa responden jurusan manajemen sebanyak 62 responden atau 77% sedangkan jurusan akuntansi sebanyak 18 responden atau 22%.

4.6 Deskripsi Variabel Penelitian

Analisis hasil deskriptif digunakan sebagai peringkasan data untuk mengetahui jawaban dari responden terhadap masing-masing pertanyaan yang berada dalam

instrumen penelitian. Adapun tanggapan responden dari masing- masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Deskripsi Variabel Kualitas (X1)

Tanggapan Responden Mengenai Kualitas dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut :

PERNYATAAN	Jawaban Responden									
	SS		S		RG		TS		STS	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Pengalaman di kampus Stie Nobel memberikan nilai tambah bagi pengetahuan	36	45,0	41	51,3	3	3,8	0	0	0	0
Stie Nobel memiliki dosen yang berkualitas	30	37,5	48	60,0	2	2,5	0	0	0	0
Stie Nobel memiliki tenaga administrasi yang memberikan pelayanan yang memuaskan	28	35,0	47	58,8	5	6,3	0	0	0	0
Stie Nobel memiliki tenaga administrasi terbuka terhadap keluhan	30	37,5	34	42,5	15	18,8	1	1,3	0	0
SStatus Akreditasi di Stie Nobel menunjukkan kualitas PT	27	3,3	39	48,8	13	16,3	1	1,3	0	0

		8							
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat disimpulkan :

1. Pertanyaan pertama menyimpulkan bahwa kampus STIE Nobel memberikan pengalaman yang merupakan nilai tambah bagi pengetahuan untuk calon mahasiswa, sebagaimana dalam tabel diatas pada pertanyaan pertama ada sebanyak 36 orang atau 45% memilih sangat setuju sedangkan 41 orang atau 51,3% memilih setuju dan adapun jawaban ragu-ragu sebanyak 3 orang atau 3,8%.
2. Pertanyaan kedua menyimpulkan bahwa STIE Nobel memiliki dosen yang berkualitas untuk calon mahasiswa., sebagaimana dalam tabel diatas pada pertanyaan kedua ada sebanyak 30 orang atau 37,5% memilih jawaban sangat setuju sedangkan 48 orang atau 60,0% memilih jawaban setuju dan adapun jawaban ragu-ragu sebanyak 2 orang atau 2,5 %.
3. Pertanyaan ketiga menyimpulkan bahwa STIE Nobel memiliki tenaga administrasi yang memberikan pelayanan yang memuaskan bagi calon mahasiswa,sebagaimana dalam tabel diatas pada pertanyaan ketiga ada sebanyak 28 orang atau 35% memilih jawaban sangat setuju sedangkan 47 orang atau 58,8% memilih jawaban setuju dan jawaban ragu-ragu sebanyak 5 orang atau 6,3%
4. Pertanyaan keempat menyimpulkan bahwa STIE Nobel memiliki tenaga administrasi yang terbuka terhadap keluhan,sebagaimana dalam tabel diatas pada pertanyaan keempat ada sebanyak 30 orang atau 37,5% memilih jawaban sangat

setuju, atau 34 orang atau 42,5% memilih jawaban setuju, 15 orang atau 18,8% memilih jawaban ragu-ragu dan jawaban tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,3%

5. Pertanyaan kelima menyimpulkan bahwa status akreditasi di STIE Nobel menunjukkan kualitas PT bagi calon mahasiswa, sebagaimana tabel diatas pada pertanyaan kelima ada sebanyak 27 orang atau 33,8% memilih jawaban sangat setuju, 39 orang atau 48,8 % memilih jawaban setuju, 13 orang atau 16,3% memilih jawaban ragu-ragu dan jawaban tidak setuju 1 orang atau 1,3%

2. Deskripsi Variabel Biaya (X2)

Tanggapan Responden Mengenai Biaya dapat dilihat dalam tabel 4.5 berikut

PERNYATAAN	Jawaban Responden									
	SS		S		RG		TS		STS	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Biaya registrasi dan sks persemester di Stie Nobel cukup terjangkau	10	12,5	46	57,5	16	20	6	7,5	2	2,5
Biaya sumbangan pembangunan Gedung cukup terjangkau	9	11,3	44	55,0	23	28,8	3	3,8	1	1,3
Biaya pengembangan dan pembiayaan kegiatan kurikuler dan ekstra kurikuler cukup terjangkau	13	16,3	53,8	22,5	18	22,5	5	6,3	1	1,3

Biaya buku peralatan cukup terjangkau		20	45	56,3	16	20,0		3,8	0	0
	16						3			

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat disimpulkan :

1. Pertanyaan pertama menyimpulkan bahwa biaya registrasi dan sks persemester di STIE Nobel cukup terjangkau bagi calon mahasiswa yang dimana 10 orang atau 12,5% memilih jawaban sangat setuju, 46 orang atau 57,5% memilih jawaban setuju atau 16 orang atau 20% memilih jawaban ragu-ragu 6 orang atau 7,5% memilih jawaban tidak setuju dan jawaban sangat tidak setuju 2 orang atau 2,5%
2. Pertanyaan kedua menyimpulkan bahwa biaya sumbangan pembangunan gedung cukup terjangkau, sebagaimana tabel diatas sebanyak 9 orang atau 11,3% memilih jawaban sangat setuju, 44 orang atau 55% memilih jawaban setuju, 23 orang atau 28,8%, memilih jawaban ragu-ragu 3 orang atau 3,8% memilih jawaban tidak setuju dan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,3%
3. Pertanyaan ketiga menyimpulkan bahwa biaya pembangunan dan pembiayaan kegiatan kulikuler dan ekstrakulikuler cukup terjangkau bagi calon mahasiswa, sebagaimana tabel diatas sebanyak 13 orang atau 16,3% memilih jawaban sangat setuju, 53,8 orang atau 22,5% memilih jawaban setuju, 18 orang atau 22,5%, memilih jawaban ragu-ragu 5 orang atau 6,3% memilih jawaban tidak setuju dan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,3%

4. Pertanyaan keempat menyimpulkan bahwa biaya buku peralatan cukup terjangkau bagi calon mahasiswa sebagaimana tabel diatas sebanyak 16 orang atau 20% memilih jawaban sangat setuju, 45 orang atau 56,3% memilih jawaban setuju, 16 orang atau 20% memilih jawaban ragu-ragu dan 3 orang atau 3,8 % memilih jawaban tidak setuju.

3. Deskripsi Variabel Promosi (X3)

Tanggapan Responden Mengenai Promosi dapat dilihat dalam tabel 4.6 berikut :

PERNYATAAN	Jawaban Responden									
	SS		S		RG		TS		STS	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Iklan Stie Nobel baik dalam kota ataupun luar kota memberikan kemudahan untuk mendapatkan informasi tentang kampus	39	48,8	35	43,8	5	6,3	1	1,3	0	0
Stie Nobel melaukan promosi penjualan secara langsung melalui potongan harga pada tempat tertentu dan pada waktu tertentu	25	31,3	45	56,3	9	11,3	1	1,3	0	0
Stie nobel melakukan penjualan secara langsung melalui pemberian hadiah baik langsung maupun secara undian untuk produk tertentu pada tempat tertentu dan pada waktu	15	18,8	47	58,8	17	21,3	1	1,3	0	0

tertentu										
Stie Nobel melakukan pencitraan dengan melakukan kergiatan positif perusahaan melalui kegiatan sponsorship	24	30,0	35	43,8	11	13,8	8	10	2	2,5
Publilitas yang ditujukna untuk meningkatkan citra perusahaan dengan memberitahuakan atau menyiarkan kegiatan positif perusahaan melalui kegiatan sopsorship atai kegiatan amal social	23	28,8	45	56,3	11	13,8	1	1,3	0	0
Stie Nobel melalukan penjualan secara personal oleh Dosen, Staf dan Mahasiswa	15	18,8	42	52,5	22	27,5	1	1,3	0	0

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat disimpulkan :

1. Pertanyaan pertama menyimpulkan bahwa iklan STIE Nobel baik dalam kota maupun luar kota memberikan kemudahan untuk mendapatkan informasi tentang kampus bagi calon mahasiswa yang dimana 39 orang atau 48,8% memilih jawaban sangat setuju, 35 orang atau 43,8% memilih jawaban setuju atau 5 orang atau 6,3% memilih jawaban ragu-ragu 1 orang atau 1,3% memilih jawaban tidak setuju..
2. Pertanyaan kedua menyimpulkan bahwa STIE Nobel melakukan promosi penjualan secara langsung melalui potongan harga pada tempat tertentu dan waktu tertentu bagi calon

mahasiswa yang dimana 25 orang atau 31,3% memilih jawaban sangat setuju, 45 orang atau 56,3% memilih jawaban setuju atau 9 orang atau 11,3% memilih jawaban ragu-ragu 1 orang atau 1,3% memilih jawaban tidak setuju.

3. Pertanyaan ketiga menyimpulkan bahwa melakukan promosi penjualan secara langsung melalui pemberian hadiah baik langsung maupun undian untuk produk tertentu pada tempat tertentu dan waktu tertentu bagi calon mahasiswa sebagaimana tabel diatas sebanyak 15 orang atau 18,8% memilih jawaban sangat setuju, 47 orang atau 58,8% memilih jawaban setuju, 17 orang atau 21,3%, memilih jawaban ragu-ragu 1 orang atau 1,3% memilih jawaban tidak setuju.
4. Pertanyaan keempat menyimpulkan bahwa STIE Nobel melakukan pencitraan dengan menyiarkan kegiatan positif perusahaan melalui sponsorsip atau melakukan kegiatan amal dan social bagi calon mahasiswa sebagaimana tabel diatas sebanyak 24 orang atau 30% memilih jawaban sangat setuju, 35 orang atau 43,8% memilih jawaban setuju, 11 orang atau 13,8% memilih jawaban ragu-ragu dan 8 orang atau 10% memilih jawaban tidak setuju dan jawaban sangat tidak setuju 2 orang atau 2,5%.
5. Pertanyaan kelima menyimpulkan bahwa Publilitas yang ditujukan untuk meningkatkan citra perusahaan dengan memberitahukan atau menyiarkan kegiatan positif perusahaan melalui kegiatan sponsorip atau mealui kegiatan amal bagi calon mahasiswa sebagaimana tabel diatas sebanyak 23 orang atau 28,8% memilih jawaban sangat setuju, 45 orang atau 56,3% memilih jawaban setuju, 11 orang atau 13,8% memilih jawaban ragu-ragu dan 1 orang atau 1,3% memilih jawaban tidak setuju.
6. Pertanyaan keenam menyimpulkan bahwa STIE Nobel melakukan penjualan secara personal oleh dosen staf dan mahasiswa bagi calon mahasiswa sebagaimana tabel diatas sebanyak 15 orang atau 18,8% memilih jawaban sangat setuju, 42 orang atau 52,5%

memilih jawaban setuju, 22 orang atau 27,5% memilih jawaban ragu-ragu dan 1 orang atau 1,3% memilih jawaban tidak setuju.

4. Deskripsi Variabel Fasilitas (X4)

Tanggapan Responden Mengenai Fasilitas dapat dilihat pada tabel 4.7

PERNYATAAN	Jawaban Responden									
	SS		S		R G		TS		STS	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Gedung di Stie Nobel sangat nyaman digunakan	36	45,0	42	52,5	2	2,5	0	0	0	0
Meja kursi serta alat-alat media pembelajaran sangat nyaman digunakan	36	45,0	34	42,5	10	12,5	0	0	0	0

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat disimpulkan :

1. Pertanyaan pertama menyimpulkan bahwa Gedung di stie nobel sangat nyaman digunakan bagi calon mahasiswa yang dimana 36 orang atau 45% memilih jawaban sangat setuju, 42 orang atau 52,5% memilih jawaban setuju atau 2 orang atau 2,5% memilih jawaban ragu-ragu.
2. Pertanyaan kedua menyimpulkan bahwa meja kursi serta alat-alat media pembelajaran sangat nyaman digunakan bagi calon mahasiswa yang dimana 36 orang atau 45% memilih jawaban sangat setuju, 34 orang atau 42,5% memilih jawaban setuju atau 10 orang atau 12,5% memilih jawaban ragu-ragu.

5. Deskripsi Variabel Keputusan Mahasiswa (Y)

Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Mahasiswa dapat dilihat dalam tabel 4.8

PERNYATAAN	Jawaban Responden									
	SS		S		RG		TS		STS	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Saya memilih Stie Nobel karna diajak senior atau teman	27	33,8	34	42,5	4	5	11	13,8	4	5
Saya memilih Stie Nobel karna banyak membaca testimony lusan-lulusan nobel dari sosmed	19	23,8	31	38,8	15	18,8	13	16,3	2	2,5
Saya memilih Stie Nobel karna saya mengetahui Nobel adalah perguruan tinggi peringkat baik di Sul-sel	31	38,8	29	36,3	9	11,3	9	11,3	2	2,5
Saya memilih Stie Nobel karna saya harus mendapatkan gelar sarjana	28	35,0	32	40,0	9	11,3	6	7,5	5	6,3
Saya memilih Stie Nobel karna dekat deengan rumah	15	18,8	23	28,8	110	12,5	26	32,5	6	7,5

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat disimpulkan :

1. Pertanyaan pertama menyimpulkan bahwa saya memilih kampus STIE Nobel karena diajak oleh senior atau teman yang dimana 27 orang atau 33,8% memilih jawaban sangat setuju, 34 orang atau 42,5% memilih jawaban setuju, 4 orang atau 5% memilih jawaban ragu-ragu, 11 orang atau 13,8% memilih jawaban tidak setuju dan jawaban sangat tidak setuju 4 orang atau 5% .
2. Pertanyaan kedua menyimpulkan bahwa Saya memilih STIE Nobel karna banyak membaca testimony lusan-lulusan nobel dari sosmed, sebagaimana tabel diatas sebanyak 19 orang atau 23,8% memilih jawaban sangat setuju, 31 orang atau 38,8% memilih jawaban setuju, 15 orang atau 18,8%, memilih jawaban ragu-ragu 13 orang atau 16,3% memilih jawaban tidak setuju dan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,5%
3. Pertanyaan ketiga menyimpulkan bahwa Saya memilih STIE Nobel karna saya mengetahui Nobel adalah perguruan tinggi peringkat baik di Sul-sel, sebagaimana tabel diatas sebanyak 31 orang atau 38,8% memilih jawaban sangat setuju, 29 orang atau 36,3% memilih jawaban setuju, 9 orang atau 11,3%, memilih jawaban ragu-ragu 9 orang atau 11,3% memilih jawaban tidak setuju dan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,5%
4. Pertanyaan keempat menyimpulkan bahwa Saya memilih STIE Nobel karna saya harus mendapatkan gelar sarjana sebagaimana tabel diatas sebanyak 28 orang atau 35% memilih jawaban sangat setuju, 32 orang atau 40% memilih jawaban setuju, 9 orang atau 11,3 % memilih jawaban ragu-ragu, 6 orang atau 7,5 % memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 5 orang atau 6,3% memilih jawaban sangat tidak setuju.
5. Pertanyaan kelima menyimpulkan bahwa Saya memilih STIE Nobel karna dekat dengan rumah saya sebagaimana tabel diatas sebanyak 15 orang atau 18,8% memilih jawaban

sangat setuju, 23 orang atau 28,8% memilih jawaban setuju, 10 orang atau 12,5% memilih jawaban ragu-ragu, 26 orang atau 32,5 % memilih jawaban tidak setuju dan sebanyak 6 orang atau 7,5% memilih jawaban sangat tidak setuju.

5.6 Uji Kualitas Data

5.6.1 Uji Validitas

Pengujian terhadap validitas ini dilakukan menggunakan *Corrected Item Total Correlation*. *Corrected Item Total Correlation* merupakan korelasi antara skor total item, dimana interpretasinya dengan membandingkan nilai R_{hitung} diwakili oleh nilai *Corrected Item Correlation* berdasarkan perhitungan SPSS

Jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan nilai positif, maka indikator atau item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid, jika nilai *Corrected Item Total Correlation* (R_{hitung}) positif dan berada diatas angka 0.30, maka dinyatakan valid (Sugiyono : 2006). Berikut data dan hasil lengkap uji validitas.

No	Variabel	Indikator	Correct Item Total Correlation (Rhitung)	R_{kritis}	Ket
		X1.1	1	00.30	Valid
1	Kualitas	X1.2	0,356	0,3	Valid
		X1.3	0,252	0,3	Valid
		X1.4	0,308	0,3	Valid
		X1.5	0,307	0,3	Valid
		X2.1	1	0,3	Valid
2	Biaya	X2.2	0,793	00.30	Valid
		X2.3	0,576	00.30	Valid
		X2.4	0,548	0,3	Valid
		X3.1	1	0,3	Valid
		X3.2	0,522	0,3	Valid
3	Promosi	X3.3	0,552	0,3	Valid
		X3.4	0,195	0,3	Valid

		X3.5	0,445	0,3	Valid
		X3.6	0,353	0,3	Valid
		X4.1	1	0,3	Valid
4	Fasilitas	X4.2	0,671	0,3	Valid
		Y1	1	0,3	Valid
		Y2	0,267	0,3	Valid
5	Keputusan	Y3	0,283	0,3	Valid
		Y4	0,512	0,3	Valid
		Y5	0,101	0,3	Valid

Sumber: Data primer diolah 2021

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas

Berdasarkan tabel diatas uji validitas untuk indikator-indikator variabel X_1 , variabel X_2 , variabel X_3 , variabel X_4 , dan variabel Y dapat diketahui bahwa keseluruhan dari 22 pertanyaan menunjukkan hasil yang valid (sah), karena *Corrected Item Total Correlation* (Total R_{hitung}) bernilai positif dan berada diatas angka 0.30.

5.6.2 Uji Reliabilitas

Selanjutnya analisis reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat mengasilkan pengukuran yang konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Metode yang digunakan dalam analisis reliabilitas ini adalah *Alpha-Cronbach*. Nilai *Alpha-Cronbach* (r alpha) program SPSS ditunjukkan oleh besarnya nilai alpha (α). Pengambilan keputusan reliabilitas suatu variabel ditentukan dengan membandingkan nilai r alpha dengan nilai 0,60, apabila $r\ alpha > 0,60$ maka variabel yang diteliti adalah reliabel. Adapun hasil analisis uji reliabilitas variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas (X1) tabel 4.10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.765	.774	5

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel hasil uji reabilitas variabel X_1 diatas, terlihat bahwa nilai Cronchbach's Alpha sebesar 0,765 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan diatas maka indikator – indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Biaya (X2) tabel 4.11

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.846	.846	4

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel hasil uji reabilitas variabel X_2 diatas, terlihat bahwa nilai Cronchbach's Alpha sebesar 0,846 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan diatas maka indikator – indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X3) tabel 4.12

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.836	.848	6

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel hasil uji reabilitas variabel X_3 diatas, terlihat bahwa nilai Cronchbach's Alpha sebesar 0,836 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan diatas maka indikator – indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas (X_4) tabel 4.13

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.790	.803	2

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel hasil uji reabilitas variabel X_4 diatas, terlihat bahwa nilai Cronchbach's Alpha sebesar 0,790 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan diatas maka indikator – indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Tabel 4.14

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.782	.738	5

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel hasil uji reabilitas variabel Y diatas, terlihat bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,728 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan diatas maka indikator – indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Berdasarkan uji reliabilitas diatas, dapat dikatakan bahwa seluruh item reliabel. Ini dapat dilihat dari keseluruhan item pernyataan memiliki cronbach's alpha diatas nilai cronbach's alpha standar yaitu 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item-item pengukur variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner digunakan penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

5.7 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi menunjukkan presentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila R^2 mendekati angka satu berarti terdapat hubungan yang kuat. Nilai R^2 yang diperoleh dijelaskan pada tabel berikut ini :

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.565 ^a	.319	.281	3.42887

a. Predictors: (Constant), FASILITAS (X4), PROMOSI (X3), BIAYA (X2), KUALITAS (X1)

Sumber: Data primer diolah 2021

Dari hasil perhitungan menggunakan SPSS dapat diketahui bahwa besarnya R square (R^2) adalah 0,319 atau jika di presentasikan yaitu sebesar 31,9 % sehingga dapat disimpulkan bahwa *Kualitas, Biaya, Promosi, dan Fasilitas* memberikan pengaruh terhadap keputusan mahasiswa sebesar 47,5 % sedangkan sisanya sebesar 68,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini *seperti Motivasi, Presepsi, dan Citra Prodi.*

5.8 Analisis Hasil Penelitian

5.8.1 Analisis Regresi Liner Berganda

Regresi liner berganda digunakan untuk melakukan pengujian hubungan antara

sebuah variabel independen (tidak terikat) dalam hal ini adalah kualitas (X1), biaya (X2), promosi (X3), fasilitas (X4) dengan variabel dependen (terikat) dalam hal ini adalah keputusan mahasiswa memilih kampus Stie Nobel (Y) yang ditampilkan dalam persamaan regresi. kemudian untuk mengetahui apakah terdapat hubungan positif atau negatif.

Dari hasil uji analisis melalui program SPSS, maka diperoleh hasil lengkapnya seperti yang terlampir pada bagian lampiran skripsi ini. Namun demikian, peneliti telah melakukan rekap data, seperti pada tabel berikut ini :

Hasil Uji Analisis Regresi Berganda Tabel 4.15

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.622	4.218		-.622	.536
KUALITAS (X1)	.318	.250	.180	1.272	.208
BIAYA (X2)	.017	.208	.012	.083	.934
PROMOSI (X3)	.455	.140	.388	3.251	.002

FASILITAS (X4)	.357	.400	.100	.894	.375
-------------------	------	------	------	------	------

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN (Y)

Sumber: Data primer diolah 2021

Adapun persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = -2,622 + 0,318(X1) + 0,017(X2) + 0,455(X3) + 0,357(X4)$$

Dimana :

X1 = kualitas

X2 = biaya

X4 = fasilitas

Persamaan Regresi dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Variabel *Kualitas* berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dengan nilai signifikan sebesar $0,208 < 0,05$ dengan nilai estimasi (B) sebesar 0,318 dan nilai standar eror sebesar 0,250. Maka akan terjadi peningkatan keputusan mahasiswa.
- b. Variabel *Biaya* berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dengan nilai signifikan sebesar $0,934 < 0,05$ dengan nilai estimasi (B) sebesar 0,017 dan nilai standar eror sebesar 0,208. Maka akan terjadi peningkatan keputusan mahasiswa.
- c. Variabel *Promosi* berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dengan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$ dengan nilai estimasi (B) sebesar 0,455 dan

nilai standar eror sebesar 0,140. Maka akan terjadi peningkatan keputusan mahasiswa.

- d. Variabel *Fasilitas* berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dengan nilai signifikan sebesar $0,375 < 0,05$ dengan nilai estimasi (B) sebesar 0,357 dan nilai standar eror sebesar 0,400. Maka akan terjadi keputusan mahasiswa.

Berdasarkan persamaan diatas dapat diketahui bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh adalah variabel *Promosi* dengan koefisien 0,455 dan variabel yang paling rendah pengaruhnya adalah variabel *Biaya* dengan koefisien 0,017

5.8 Uji F (Uji Parsial)

Uji F adalah pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan *Profability* sebesar 5% ($\alpha=0,005$)

- a. Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka secara simultan variabel independent (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)
- b. Jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka secara simultan variabel independent (X) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)

Hasil Uji F Tabel 4.16

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	396.705	4	99.176	8.435	.000 ^b
	Residual	846.516	72	11.757		
	Total	1243.221	76			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN (Y)

b. Predictors: (Constant), FASILITAS (X4), PROMOSI (X3), BIAYA (X2), KUALITAS (X1)

Sumber: Data primer diolah 2021

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa secara bersama-sama variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependent . Hal ini dapat dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 8,435 dengan nilai signifikan (sig) sebesar 0,000. Karena nilai signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat dikatakan bahwa variabel *Kualitas, biaya, promosi, fasilitas* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa.

4.10 Uji T

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial atau secara sendiri-sendiri antara faktor kualitas pt,biaya,promosi dan keputusan terhadap keputusan

mahasiswa Adapun perumusan hipotesis pengujian yang digunakan untuk pengambilan keputusan analisis pengaruh signifikan adalah sebagai berikut :

H0 = Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel X terhadap variabel

H1 = Terdapat pengaruh signifikan variabel X terhadap variabel Y Pedoman dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah :

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh signifikan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh signifikan

Jika nilai sig. > tidak terdapat pengaruh signifikan Jika nilai sig. < terdapat pengaruh signifikan

Dari hasil uji analisis regresi linier berganda yang menggunakan program aplikasi SPSS (tertera pada lampiran), dilihat pada tabel Coefisient^a dapat diketahui hasil data t_{hitung} . Pada taraf tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$), dimana perumusan untuk mendapatkan nilai t_{tabel} adalah sebagai berikut :

$$tabel = t(\alpha/2 ; n-k-1)$$

$$T_{tabel} = t(0,05/2; 80-4-1)$$

$$= t(0,025; 75)$$

$$T_{tabel} = 1.992$$

α = taraf tingkat

kepercayaan 95%

(0.05) n = jumlah

responden

k = jumlah variabel bebas (*independent*)

Dalam tabel statistik distribusi t , nilai 0.025 ; 75 adalah 1.992. Maka diketahui nilai t_{tabel}

dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$) adalah sebesar 1.992. berikut ini disajikan rekap data perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} dari masing-masing variabel bebas atau independent (X), sebagaimana berikut ini :

4.11 Uji T Parsial

Tabel 4.17

Variabel Bebas atau Independen (X)	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.
Kualitas(X_1)	1.272	1.992	0.208
Biaya (X_2)	0,083	1.992	0.934
Promosi (X_3)	3.251	1.992	0.002
Fasilitas (X_4)	0,894	1.992	0.375

Sumber: Data primer diolah 2021

a. Pengaruh *Kualitas* terhadap keputusan mahasiswa

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa *Kualitas* memiliki t_{hitung} sebesar $1,272 > t_{tabel}$ sebesar 1,992 (sig $\alpha = 0,05$ dan $df=n-k-1 = 80$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa variabel *kualitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa.

b. Pengaruh *Biaya* terhadap keputusan mahasiswa

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa *Biaya* memiliki t_{hitung} sebesar $0,083 > t_{tabel}$ sebesar 1,992 (sig $\alpha = 0,05$ dan $df=n-k-1 = 80$)

maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa variabel *Biaya* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa.

c. Pengaruh *Promosi* terhadap keputusan mahasiswa

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa *Promosi* memiliki t_{hitung} sebesar $3,251 > t_{tabel}$ sebesar $1,992$ ($\text{sig } \alpha = 0,05$ dan $df=n-k-1 = 80$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa variabel *Promosi* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa.

d. Pengaruh *Fasilitas* terhadap keputusan mahasiswa

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa *Fasilitas* memiliki t_{hitung} sebesar $0,894 > t_{tabel}$ sebesar $1,992$ ($\text{sig } \alpha = 0,05$ dan $df=n-k-1 = 80$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa variabel *fasilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa.

Dari pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel *Kualitas (X1)*, *Biaya (X2)*, *Promosi (X3)*, *Fasilitas (X4)* memiliki pengaruh positif dan tingkat signifikan masing-masing terhadap keputusan mahasiswa.

4.10. Pembahasan

Setelah melakukan penelitian dan melakukan olah data maka selanjutnya akan dibahas mengenai hasil penelitian tersebut, yakni apakah faktor Kualitas PT,Biaya,Promosi dan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa memilih STIE Nobel Indonesia

Pengaruh variabel - variabel kualitas pt,biaya,promosi dan fasilitas terhadap keputusan mahasiswa .

a. Pengaruh *Kualitas PT* terhadap keputusan mahasiswa

Berdasarkan hasil peneliitian variabel *kualitas* memiliki 3 indikator, yaitu pengalaman dikampus, guru atau dosen yang berkualitas, dan tenaga admistrasi . Dari hasil tersebut *keputusan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa, maka rumusan masalah pada bab 1 telah terjawab sesuai dengan penelitian Lidya Ariskawati (2019) dengan judul Pengaruh Akreditasi Prodi, Biaya pendidikan dan Fasilitas pendidikan terhadap Keputusan mahasiswa meneruskan Studi pada program sarjana(s1) fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas Islam Negeri Sulthanan Thaha Saifuddin Jambi” .

b. Pengaruh *biaya* terhadap kepuasa mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian variabel *biaya* memiliki 4 indikator, yaitu biaya regristrasi dan sks, biaya pembangunan Gedung, biaya kulikuler dan ekstrakulikuler dan biaya buku. Dari hasil tersebut *biaya* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa, maka rumusan masalah pada bab 1 telah terjawab berbeda dengan penelitian Rizqi Amaliah (2008) dengan judul “ Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menempuh pendidikan pada program studi pendidikan ekonomi FE UNY”.

c. Pengaruh *promosi* terhadap kepuasan mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian variabel *promosi* memiliki 4 indikator, yaitu iklan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan personal. Dari hasil tersebut *promosi* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa,

maka rumusan masalah pada bab 1 telah terjawab sesuai dengan penelitian Erdawati (2014) dengan judul “Pengaruh Motivasi, Presepsi dan Promosi terhadap Keputusan mahasiswa memilih STIE Pasaman Simpang Empat.

d. Pengaruh *fasilitas* terhadap keputusan mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian variabel *fasilitas* memiliki 2 indikator, yaitu Gedung dan meja kursi alat pembelajaran lainnya. Dari hasil tersebut *fasilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa maka rumusan masalah pada bab 1 telah terjawab sesuai dengan penelitian terdahulu Lidya Ariskawati (2019) dengan judul “Pengaruh Akreditasi Prodi, Biaya pendidikan dan Fasilitas pendidikan terhadap Keputusan mahasiswa meneruskan Studi pada program sarjana(s1) fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas Islam Negeri Sulthanan Thaha Saifuddin Jambi”.

e. Dari hasil uji f variable Fasilitas(x4), Promosi(x3), Kualitas(x1) berpengaruh signifikan.

f. Untuk mengetahui variable bebas(x) yang paling dominan berpengaruh terhadap variable terikat(y) dapat dilihat pada table 4.17 dari variabel kualitas(x1) 1.359 variabel biaya(x2) -0,64 variabel promosi(x3) 3.774 dan variable fasilitas(x4) 1.200. Terlihat bahwa variable bebas(x) yang memiliki pengaruh paling dominan adalah variable promosi(x3) karna memiliki nilai tertinggi, maka rumusan masalah penelitian sebagai mana dirumuskan pada bab 1 telah terjawab dan memberikan hasil diduga dimana promosi(x3) yang paling berpengaruh.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari hasil analisis yaitu sebagai berikut :

1. Secara parsial variabel kualitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan, variabel biaya mempunyai pengaruh positif dan signifikan, variabel promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan, variabel fasilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di STIE Nobel Indonesia.
2. Secara simultan variabel kualitas, biaya, promosi, fasilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa memilih kuliah di STIE Nobel Indonesia.
3. Variabel promosi (X_3) adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi memilih kuliah di STIE Nobel Indonesia

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh kualitas PT, biaya, promosi dan fasilitas terhadap keputusan mahasiswa memilih STIE Nobel Indonesia maka peneliti menyarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Sebagaimana hasil penelitian bahwa variabel promosi adalah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa kuliah di STIE Nobel Indonesia maka peneliti menyarankan pihak kampus STIE Nobel Indonesia perlu memperhatikan serta mempertahankan faktor-faktor promosi seperti pemampangan iklan ditempat umum, mensponsori suatu kegiatan, membuat kegiatan pendidikan serta beriklan di media massa
2. Dari hasil penelitian jauh dari kata sempurna karena masih banyak variabel dan indikator yang tidak dikaji dalam penelitian ini, sehingga diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar menambahkan variabel dan indikator yang mempengaruhi minat mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

Amstrong dan Kotler 2003, *Dasar-dasar Pemasaran, jilid 1*, penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta.

Azwar 1986. *Validitas dan Reabilitas*, Jakarta: Rineka Cipta.

Ghozali dan Iman 2009. *Aplikai Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler dan Koller 2009. *Manajemen pemasaran, jilid 1. Edisi ke 13* Jakarta: Erlangga.

Kotler 2009. *Manajemen pemasaran 1. edisi ketiga belas*. Jakarta: Erlangga.

Mulyasa 2011. *Manajemen berbasis sekolah*, Bandung: PT Remaja Prosda Karya.

Mulyono 2010. *Konsep Pembiayaan pendidikan* Yogyakarta: Ar Ruzz Med

Saladin dan Oesman 2002. *Intisari pemasaran dan unsur-unsur pemandung*. Bandung: Lida Karya.

Sopiatin, Popi 2010. *Manajemen belajar berbasis kepuasan siswa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sitinjak dan Sugiharto 2006. *Lisrel*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiyono 2010. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan RdanD. Bandung: Alfabeta.*

Suryabrata, Sumadi 2004. *Metedologi penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.*

Swift, Levin G 1987. *Empowerment: An Emerging Mental Healt Technology j Primary Prevention, USA.*

Swasta dan Irawan 2008 *Manajemen Pemasaran Modern, Liberty Yogyakarta.*

Walizer 1987, *Metode dan analisis penelitian: Mencari Hubungan, Jilid 2, Erlangga, Jakarta.*

LAMPIRAN 1

PENGARUH KUALITAS PT, BIAYA, PROMOSI DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH
STIE NOBEL INDONESIA MAKASSAR

I. Identitas Responden

Nama Responden :

Jenis Kelamin :

Usia :

Jurusan Program Studi :

II. Pengisian Kuisisioner

Mohon diisi dengan memberikan tanda (V) pada lembar jawaban sesuai pengalaman anda.

NO	PERTANYAAN	SS	S	RG	TS	STS
X1	KUALITAS PT					
1.	pengalaman dikampus STIE Nobel membeikan nilai tambah bagi pengetahuan.					
2.	STIE Nobel memiliki dosen yang berkualitas.					
3.	STIE Nobel memiliki tenaga admistrasi yang memberikan pelayanan yang memuaskan					
4.	STIE Nobel memiliki tenaga admistrasi yang terbukaterhadap keluhan					
5.	Status akreditasi di STIE Nobel menunjukkan kualitas PT.					
X2	BIAYA					

1.	Biaya registrasi dan sks persemester di STIE Nobel cukup terjangkau.					
2.	Biaya sumbangan pembangunan gedung cukup terjangkau.					
3.	Biaya pengembangan dan pembiayaan kegiatan kurikuler dan ekstra kurikuler cukup terjangkau.					
4.	Biaya buku peralatan cukup terjangkau.					

NO	PERTANYAAN	SS	S	RG	TS	STS
X3	PROMOSI					
1.	Iklan STIE Nobel baik dalam kota ataupun luar kota memberikan kemudahan untuk mendapatkan informasi tentang kampus.					
2.	STIE Nobel melakukan promosi penjualan secara langsung melalui potongan harga pada tempat tertentu, dan pada waktu tertentu.					
3.	STIE Nobel melakukan promosi penjualan secara langsung melalui pemberian hadiah baik langsung maupun secara undian untuk produk tertentu, pada tempat tertentu, dan pada waktu tertentu.					

4.	STIE Nobel melakukan pencitraan dengan menyiarkan kegiatan positif perusahaan melalui kegiatan sponsorship atau melalui kegiatan amal dan social.					
5.	Publilitas yang ditujukan untuk meningkatkan citra perusahaan dengan memberitahukan atau menyiarkan kegiatan positif perusahaan melalui kegiatan sponsorship atau melalui kegiatan amal dan social.					
6.	STIE Nobel melakukan penjualan secara personal oleh Dosen, Staf dan mahasiswa.					
X4	FASILITAS					
1.	Gedung di Stie Nobel sangat nyaman digunakan.					
2.	Meja Kursi serta alat alat media pembelajaran di Stie Nobel sangat nyaman digunakan.					

NO	PERTANYAAN	SS	S	RG	TS	STS
Y1	KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH STIE NOBEL INDONESIA MAKASSAR					
1.	Saya memilih STIE Nobel karna diajak oleh senior, keluarga atau teman.					
2.	Saya memilih STIE Nobel karna banyak membaca testimony lulusan-lulusan Nobel dari sosmed.					
3.	Saya memilih STIE Nobel karna saya mengetahui Nobel adalah Perguruan Tinggi dengan peringkat baik di Sul-Sel.					

4.	Saya memilih STIE Nobel karna saya harus mendapatkan gelar sarjana.					
5.	Saya memilih STIE Nobel karna dekat dengan rumah.					

LAMPIRAN 2

FREQUENCIES

X1

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RG	3	3.8	3.8	3.8
Valid SETUJU	41	51.3	51.3	55.0
Valid SS	36	45.0	45.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RG	2	2.5	2.5	2.5
Valid S	48	60.0	60.0	62.5
Valid SS	30	37.5	37.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RG	5	6.3	6.3	6.3
Valid S	47	58.8	58.8	65.0
Valid SS	28	35.0	35.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.3	1.3	1.3
RG	15	18.8	18.8	20.0
S	34	42.5	42.5	62.5
SS	30	37.5	37.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.3	1.3	1.3
RG	13	16.3	16.3	17.5
S	39	48.8	48.8	66.3
SS	27	33.8	33.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X2**X2.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	2	2.5	2.5	2.5
TS	6	7.5	7.5	10.0
RG	16	20.0	20.0	30.0
S	46	57.5	57.5	87.5
SS	10	12.5	12.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1.3	1.3	1.3
TS	3	3.8	3.8	5.0
RG	23	28.8	28.8	33.8
S	44	55.0	55.0	88.8
SS	9	11.3	11.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1.3	1.3	1.3
TS	5	6.3	6.3	7.5
RG	18	22.5	22.5	30.0
S	43	53.8	53.8	83.8
SS	13	16.3	16.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3.8	3.8	3.8
RG	16	20.0	20.0	23.8
S	45	56.3	56.3	80.0
SS	16	20.0	20.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X3

X3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.3	1.3	1.3
RG	5	6.3	6.3	7.5
S	35	43.8	43.8	51.3
SS	39	48.8	48.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1.3	1.3	1.3
RG	9	11.3	11.3	12.5
S	45	56.3	56.3	68.8
SS	25	31.3	31.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.3	1.3	1.3
RG	17	21.3	21.3	22.5
S	47	58.8	58.8	81.3
SS	15	18.8	18.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X3.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	2	2.5	2.5	2.5
TS	8	10.0	10.0	12.5
RG	11	13.8	13.8	26.3
S	35	43.8	43.8	70.0
SS	24	30.0	30.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X3.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	1	1.3	1.3	1.3
RG	11	13.8	13.8	15.0
S	45	56.3	56.3	71.3
SS	23	28.8	28.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X3.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	1	1.3	1.3	1.3
RG	22	27.5	27.5	28.8
S	42	52.5	52.5	81.3
SS	15	18.8	18.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X4

X4.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RG	2	2.5	2.5	2.5
S	42	52.5	52.5	55.0
SS	36	45.0	45.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X4.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RG	10	12.5	12.5	12.5
S	34	42.5	42.5	55.0
SS	36	45.0	45.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Y

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	4	5.0	5.0	5.0
TS	11	13.8	13.8	18.8
RG	4	5.0	5.0	23.8
S	34	42.5	42.5	66.3
SS	27	33.8	33.8	100.0

Total	80	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	2	2.5	2.5	2.5
TS	13	16.3	16.3	18.8
RG	15	18.8	18.8	37.5
S	31	38.8	38.8	76.3
SS	19	23.8	23.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	2	2.5	2.5	2.5
TS	9	11.3	11.3	13.8
RG	9	11.3	11.3	25.0
S	29	36.3	36.3	61.3
SS	31	38.8	38.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	5	6.3	6.3	6.3
TS	6	7.5	7.5	13.8
RG	9	11.3	11.3	25.0
S	32	40.0	40.0	65.0
SS	28	35.0	35.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	6	7.5	7.5	7.5
TS	26	32.5	32.5	40.0
RG	10	12.5	12.5	52.5
S	23	28.8	28.8	81.3
SS	15	18.8	18.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

LAMPIRAN 3

UJI VALIDITAS

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTALX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.356**	.252*	.308**	.307**	.591**
	Sig. (2-tailed)		.001	.024	.005	.006	.000
	N	80	80	80	80	80	80
X1.2	Pearson Correlation	.356**	1	.618**	.324**	.451**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.003	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
X1.3	Pearson Correlation	.252*	.618**	1	.633**	.406**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.024	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
X1.4	Pearson Correlation	.308**	.324**	.633**	1	.406**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.005	.003	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
X1.5	Pearson Correlation	.307**	.451**	.406**	.406**	1	.733**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80
TOTALX1	Pearson Correlation	.591**	.723**	.794**	.771**	.733**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80

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

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTALX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.793**	.576**	.548**	.888**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
X2.2	Pearson Correlation	.793**	1	.507**	.473**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
X2.3	Pearson Correlation	.576**	.507**	1	.580**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80
X2.4	Pearson Correlation	.548**	.473**	.580**	1	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80
TOTALX2	Pearson Correlation	.888**	.837**	.809**	.775**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTALX3
X3.1	Pearson Correlation	1	.522**	.552**	.195	.445**	.353**	.643**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.083	.000	.001	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X3.2	Pearson Correlation	.522**	1	.644**	.469**	.732**	.342**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.002	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X3.3	Pearson Correlation	.552**	.644**	1	.448**	.565**	.437**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X3.4	Pearson Correlation	.195	.469**	.448**	1	.560**	.471**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.083	.000	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X3.5	Pearson Correlation	.445**	.732**	.565**	.560**	1	.499**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X3.6	Pearson Correlation	.353**	.342**	.437**	.471**	.499**	1	.693**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
TOTALX3	Pearson Correlation	.643**	.806**	.789**	.746**	.835**	.693**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

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

Correlations

		X4.1	X4.2	TOTALX4
X4.1	Pearson Correlation	1	.671**	.892**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	80	80	80
X4.2	Pearson Correlation	.671**	1	.934**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	80	80	80
TOTALX4	Pearson Correlation	.892**	.934**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	80	80	80

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

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.267*	.283*	.512**	.101	.621**
	Sig. (2-tailed)		.017	.011	.000	.373	.000
	N	80	80	80	80	80	80
Y2	Pearson Correlation	.267*	1	.737**	.444**	.327**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.017		.000	.000	.003	.000
	N	80	80	80	80	80	80
Y3	Pearson Correlation	.283*	.737**	1	.461**	.229*	.760**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000		.000	.041	.000
	N	80	80	80	80	80	80
Y4	Pearson Correlation	.512**	.444**	.461**	1	.244*	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.029	.000

	N	80	80	80	80	80	80
Y5	Pearson Correlation	.101	.327**	.229*	.244*	1	.570**
	Sig. (2-tailed)	.373	.003	.041	.029		.000
	N	80	80	80	80	80	80
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.621**	.781**	.760**	.760**	.570**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80

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

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

LAMPIRAN 4

UJI REABILITAS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.765	.774	5

Inter-Item Correlation Matrix

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
X1.1	1.000	.356	.252	.308	.307

X1.2	.356	1.000	.618	.324	.451
X1.3	.252	.618	1.000	.633	.406
X1.4	.308	.324	.633	1.000	.406
X1.5	.307	.451	.406	.406	1.000

Inter-Item Covariance Matrix

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
X1.1	.321	.107	.082	.135	.127
X1.2	.107	.281	.189	.132	.175
X1.3	.082	.189	.334	.282	.172
X1.4	.135	.132	.282	.594	.228
X1.5	.127	.175	.172	.228	.534

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	16.9500	4.099	.393	.189	.766
X1.2	17.0125	3.835	.581	.482	.713
X1.3	17.0750	3.539	.667	.596	.681
X1.4	17.2000	3.175	.566	.469	.716
X1.5	17.2125	3.385	.522	.289	.731

Case Processing Summary

		N	%
Valid		80	100.0
Cases Excluded ^a		0	.0
Total		80	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.846	.846	4

Inter-Item Correlation Matrix

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
X2.1	1.000	.793	.576	.548
X2.2	.793	1.000	.507	.473
X2.3	.576	.507	1.000	.580
X2.4	.548	.473	.580	1.000

Inter-Item Covariance Matrix

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
X2.1	.770	.533	.425	.357
X2.2	.533	.587	.327	.269
X2.3	.425	.327	.708	.363

X2.4	.357	.269	.363	.551
------	------	------	------	------

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	11.4125	3.764	.773	.683	.764
X2.2	11.4000	4.319	.709	.633	.795
X2.3	11.3375	4.226	.644	.435	.823
X2.4	11.1875	4.635	.619	.406	.832

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.836	.848	6

Inter-Item Correlation Matrix

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
X3.1	1.000	.522	.552	.195	.445	.353
X3.2	.522	1.000	.644	.469	.732	.342

X3.3	.552	.644	1.000	.448	.565	.437
X3.4	.195	.469	.448	1.000	.560	.471
X3.5	.445	.732	.565	.560	1.000	.499
X3.6	.353	.342	.437	.471	.499	1.000

Inter-Item Covariance Matrix

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
X3.1	.446	.251	.248	.134	.203	.177
X3.2	.251	.518	.312	.348	.359	.185
X3.3	.248	.312	.453	.311	.259	.222
X3.4	.134	.348	.311	1.063	.394	.366
X3.5	.203	.359	.259	.394	.465	.256
X3.6	.177	.185	.222	.366	.256	.566

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	20.0000	9.089	.503	.392	.828
X3.2	20.2375	8.133	.709	.642	.790
X3.3	20.4500	8.403	.693	.526	.795
X3.4	20.5125	7.392	.554	.407	.836
X3.5	20.2750	8.151	.756	.633	.783
X3.6	20.5250	8.582	.547	.360	.821

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.790	.803	2

Inter-Item Covariance Matrix

	X4.1	X4.2
X4.1	.298	.253
X4.2	.253	.475

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	4.3250	.475	.671	.450	.
X4.2	4.4250	.298	.671	.450	.

Case Processing Summary

		N	%
--	--	---	---

Valid	80	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	80	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.728	.738	5

Inter-Item Correlation Matrix

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Y1	1.000	.267	.283	.512	.101
Y2	.267	1.000	.737	.444	.327
Y3	.283	.737	1.000	.461	.229
Y4	.512	.444	.461	1.000	.244
Y5	.101	.327	.229	.244	1.000

Inter-Item Covariance Matrix

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Y1	1.386	.344	.364	.695	.153
Y2	.344	1.192	.877	.559	.459
Y3	.364	.877	1.189	.580	.321
Y4	.695	.559	.580	1.332	.361
Y5	.153	.459	.321	.361	1.648

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	14.7125	11.676	.387	.266	.721
Y2	14.9250	10.501	.633	.578	.628
Y3	14.6000	10.699	.600	.566	.641
Y4	14.6750	10.450	.588	.395	.642
Y5	15.3875	11.937	.292	.122	.764

LAMPIRAN 5

UJI REGRESI LINER BERGANDA

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	FASILITAS (X4), PROMOSI (X3), BIAYA (X2), KUALITAS (X1) ^b		Enter

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN (Y)

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.565 ^a	.319	.281	3.42887

a. Predictors: (Constant), FASILITAS (X4), PROMOSI (X3), BIAYA (X2), KUALITAS (X1)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	396.705	4	99.176	8.435	.000 ^b
Residual	846.516	72	11.757		
Total	1243.221	76			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN (Y)

b. Predictors: (Constant), FASILITAS (X4), PROMOSI (X3), BIAYA (X2), KUALITAS (X1)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.622	4.218		-.622	.536
1 KUALITAS (X1)	.318	.250	.180	1.272	.208
BIAYA (X2)	.017	.208	.012	.083	.934
PROMOSI (X3)	.455	.140	.388	3.251	.002
FASILITAS (X4)	.357	.400	.100	.894	.375

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN (Y)