

Pengaruh Akreditasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kuliah Mahasiswa di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Oleh:

Zuhal Yussi Ahmed

Mochamad Rizal Yulianto Selaku (Dosen Pembimbing)

Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei, 2024

Pendahuluan (Fenomena)

Pada masa kini, lembaga pendidikan tinggi menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam hal pertumbuhan dan daya tarik terhadap calon mahasiswa. Mereka menerapkan berbagai strategi pemasaran untuk meningkatkan paparan dan memikat minat calon mahasiswa. Upaya tersebut melibatkan pemanfaatan media sosial, penyelenggaraan acara pameran pendidikan, pelaksanaan kampanye pemasaran, dan kolaborasi dengan sekolah menengah guna mempromosikan keunggulan mereka dan menarik perhatian calon mahasiswa. Fokus utama perguruan tinggi adalah berkomunikasi secara efektif mengenai keunggulan mereka, membentuk citra institusi yang menarik, dan membangun hubungan dengan calon mahasiswa potensial [3].

Temuan di lapangan juga mengatakan bahwa mahasiswa di Sidoarjo, khususnya mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang sudah mendaftar menjadi mahasiswa baru prodi manajemen ternyata akreditasinya peringkat “UNGGUL” namun peringkat tersebut baru saja di dapatkan di akhir tahun 2023 tepatnya bulan desember, serta pasti belum sepenuhnya sempurna masih ada kekurangannya dan sistem promosi serta kualitas layanannya masih ada yang menilai kurang memuaskan [1].

Hal ini dikarenakan beberapa faktor salah satunya karena Universitas Muhammadiyah Sidoarjo ini masih termasuk kategori kampus berkembang, jadi masih banyak kekurangan di dalamnya yang harus diperbaiki untuk kedepannya [3].

Pendahuluan (Problem Solving)

Setiap perguruan tinggi berperan penting dalam menghasilkan pemasaran yang memiliki kualitas terbaik. Hakekatnya masing-masing program studi perguruan tinggi harus mampu meningkatkan akreditasi, promosi dan kualitas pelayanan, sebab tiga hal tersebut dapat mempengaruhi minat kuliah mahasiswa di program studi perguruan tinggi karena ketiga hal tersebut sangat mudah menyebar dan dapat mempengaruhi terkait kemajuan perguruan tinggi [9].

Maka dengan ini minat kuliah merupakan rasa suka atau ketertarikan mahasiswa baru, dimana rasa ketertarikan ini muncul jika mahasiswa baru memiliki anggapan bahwasanya perguruan tinggi yang mereka daftar memiliki kualitas baik dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi keinginan dan harapan mahasiswa [8].

Jadi, perguruan tinggi agar minat kuliahnya yang daftar banyak maka harus selalu meningkatkan akreditasi, promosi serta kualitas pelayanan supaya dapat menarik mahasiswa untuk melakukan pendaftaran [9].

Berdasarkan variabel, Alasan untuk mengambil judul “Pengaruh Akreditasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kuliah Mahasiswa di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo” ialah ingin mengetahui secara detail tentang sebab dan akibatnya kenapa mahasiswa memilih program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Pendahuluan (Tujuan Penelitian)

Berdasarkan variabel, Alasan untuk mengambil judul “Pengaruh Akreditasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kuliah Mahasiswa di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo” ialah ingin mengetahui secara detail tentang sebab dan akibatnya kenapa mahasiswa memilih program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Pendahuluan (GAP)

1. Akreditasi (Accreditation)

Kajian yang diteliti oleh (Triyono, Dasmadi, A. Fidhdjar Ariestanto TNK, 2021) menyajikan bahwasanya Akreditasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kuliah Mahasiswa. Kajian yang diteliti oleh (Chon Cho Reynolds Manday, 2023) menyajikan bahwasanya Akreditasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Minat Kuliah Mahasiswa.

2. Promosi (Promotion)

Kajian yang diteliti oleh (Triyono, Dasmadi, A. Fidhdjar Ariestanto TNK, 2021) menyajikan bahwasanya Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kuliah Mahasiswa. Kajian yang diteliti oleh (Siti Salbiyah, Budi Wahyu Mahardhika, 2021) menyajikan bahwasanya Akreditasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Kuliah Mahasiswa.

3. Kualitas Pelayanan (Service Quality)

Kajian yang diteliti oleh (Dewi Shinta Wulandari Lubis, Hamdan, 2020) menyajikan bahwasanya Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kuliah Mahasiswa. Kajian yang diteliti oleh (Luciana Fransisca, Yunia Sari, Edy Lukito, Warnadi, Wan Muhamad Kudri 2022) menyajikan bahwasanya Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Minat Kuliah Mahasiswa.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Rumusan Masalah : Di dalam penelitian ini ialah bagaiman Akreditasi, Promosi, Kualitas Pelayanan, terhadap Minat Kuliah Mahasiswa di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Diharapkan dengan hasil yang didapatkan dari penelitian ini dapat mengetahui signifikan atau tidaknya suatu variabel.

Pertanyaan Penelitian : Apakah Akreditasi, Promosi, Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Minat Kuliah Mahasiswa di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo?

Kategori SDGs : Dalam penelitian ini masuk dalam kategori ke delapan (8) dari 17 kategori SDGs yaitu Mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, inklusif dan berkelanjutan, Lapangan kerja penuh dan produktif dan berkelanjutan, serta mendorong inovasi (Decent Work and Economic Growth) <https://sdgs.un.org/goals>

Metode

Menggunakan jenis metode kuantitatif, dimana penelitian ini berupa data angka yang akan dianalisis dengan alat statistik.



Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo



Data primer yang diperoleh dari data responden berupa kuesioner



Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dilengkapi dengan skala likert



Universitas Muhammadiyah Sidoarjo



Sampel pada penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan sampel sebanyak 97 orang mahasiswa dari 2.556 populasi mahasiswa



Analisis data ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS versi 25

Hasil (A. Uji Validitas)

Variabel	Item	Correlation (r-hitung)	t-tabel	sig.	Keterangan
Akreditasi (X1)	X1.P1	0,894	0,195	0,000	Valid
	X1.P2	0,894	0,195	0,000	Valid
	X1.P3	0,897	0,195	0,000	Valid
	X1.P4	0,829	0,195	0,000	Valid
Promosi (X2)	X2.P1	0,903	0,195	0,000	Valid
	X2.P2	0,889	0,195	0,000	Valid
	X2.P3	0,876	0,195	0,000	Valid
	X2.P4	0,940	0,195	0,000	Valid
	X2.P5	0,904	0,195	0,000	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.P1	0,891	0,195	0,000	Valid
	X3.P2	0,932	0,195	0,000	Valid
	X3.P3	0,914	0,195	0,000	Valid
	X3.P4	0,896	0,195	0,000	Valid
	X3.P5	0,911	0,195	0,000	Valid
Minat Kuliah (Y)	Y.P1	0,928	0,195	0,000	Valid
	Y.P2	0,927	0,195	0,000	Valid
	Y.P3	0,916	0,195	0,000	Valid

Sumber : Hasil Uji Validitas SPSS 25, data diolah 2024

Uji validitas pada Tabel 1 untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner. Dengan memeriksa keabsahan seluruh item, terlihat pernyataan yang diberikan kepada responden mengenai variabel Akreditasi (X1), Promosi (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan variabel Minat Kuliah (Y) memiliki nilai koefisien korelasi yang lebih besar untuk memperoleh item yang lebih besar. Nilai t tabel sebesar 0,195 ($>0,195$), maka semua butir pernyataan dapat dinyatakan valid.

Hasil (B. Uji Realibilitas)

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	t-tabel	Keterangan
Akreditasi (X1)	0,836	0,195	Reliabel
Promosi (X2)	0,826	0,195	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,827	0,195	Reliabel
Minat Kuliah (Y)	0,870	0,195	Reliabel

Sumber : Hasil Uji Realibilitas SPSS 25, data diolah 2024

Data dikatakan reliabel jika variabel tersebut memiliki nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Akreditasi sebesar 0,836, variabel Promosi sebesar 0,826, variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,827, dan variabel Minat Kuliah sebesar 0,870. Diantara semua variabel tersebut kita mengetahui nilai koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha $>0,60$ [26], oleh karena itu instrument kuesioner yang digunakan dapat dikatakan reliabel.

Hasil (C. Uji Asumsi Klasik)

Hasil pengujian uji asumsi klasik menggunakan program SPSS versi 25 sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas		
One-Sample Kolomogrov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	1.39760958
Most Extreme Differences	Absolute	0.059
	Positive	0.059
	Negative	-0.044
Test Statistic		0.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
Test distribution is Normal.		
Calculated from data.		
Lilliefors Significance Correction.		
This is a lower bound of the true significance.		
Sumber : Hasil Uji Normalitas SPSS 25, data diolah 2024		

Pada uji normalitas ini diperoleh nilai Sig. 0,2 lebih besar dari 0,05. Kami memastikan bahwa variabel- variabel ini normal. Jika nilai signifikansinya lebih besar dari 5% atau 0,05 maka hasil yang diperoleh dapat menunjukkan bahwa variabel penelitian ini memuat data yang memenuhi asumsi berdistribusi normal.

Hasil (C. Uji Asumsi Klasik)

Hasil pengujian uji asumsi klasik menggunakan program SPSS versi 25 sebagai berikut:

2. Uji AutoKorelasi

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.514 ^a	0.265	0.242	1.41928	1.633

a. Predictors : (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Promosi (X2), Akreditasi (X1)

b. Dependent Variable : Minat Kuliah (Y)

Sumber : Hasil Uji Autokorelasi SPSS 25, data diolah 2024

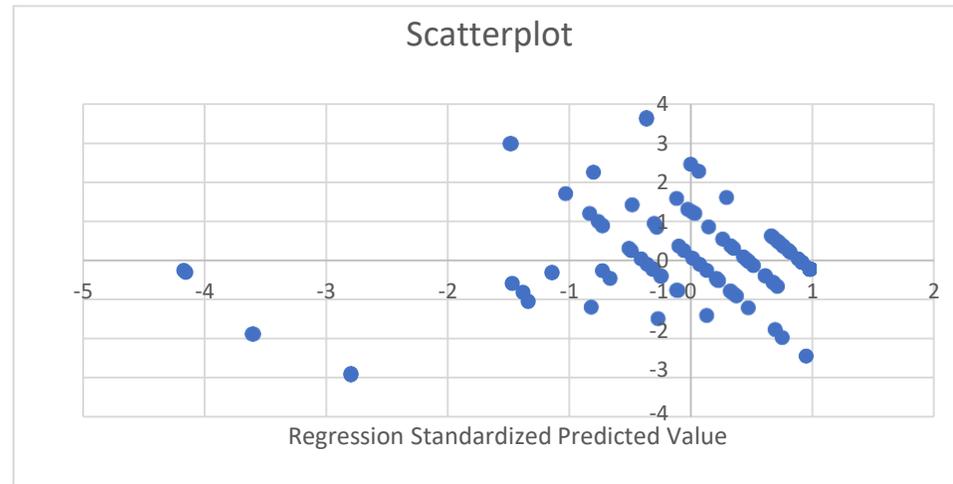
Pada uji normalitas ini diperoleh nilai Sig. 0,2 lebih besar dari 0,05. Kami memastikan bahwa variabel- variabel ini normal. Jika nilai signifikansinya lebih besar dari 5% atau 0,05 maka hasil yang diperoleh dapat menunjukkan bahwa variabel penelitian ini memuat data yang memenuhi asumsi berdistribusi normal.

Hasil (C. Uji Asumsi Klasik)

Hasil pengujian uji asumsi klasik menggunakan program SPSS versi 25 sebagai berikut:

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terdapat perbedaan varian nilai residu observasi 1 dibandingkan observasi lainnya. Dapat dilihat pada gambar 2 dibawah. Adapun nilai signifikan variabel bebas :



Gambar 2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil Uji Heteroskedastisitas spss 25, data diolah 2024

Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode grafis yang hasilnya dapat dilihat dari scatterplot. Berdasarkan gambar diatas terlihat bahwa data dapat tersebar merata diseluruh kuadran (diatas dan dibawah nilai nol garis horizontal dan vertical atau sumbu X dan Y). Oleh karena itu kita dapat menyimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas.

Hasil (C. Uji Asumsi Klasik)

Hasil pengujian uji asumsi klasik menggunakan program SPSS versi 25 sebagai berikut:

4. Uji MultiKolinieritas

Uji multikolinieritas dapat dilakukan untuk mengambil keputusan, hal ini dapat dilihat berdasarkan VIF (Variance Inflation Factor). Apabila nilai VIF seluruh variabel 10dependent kurang dari 10 maka dapat dikatakan uji multikolinieritas pada penelitian ini mencapai linearitas atau tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Akreditasi (X1)	0.254	3.931
Promosi (X2)	0.146	6.862
Kualitas Pelayanan (X3)	0.168	5.959

a. Dependent Variable : Minat Kuliah (Y)

Sumber : Hasil Uji Autokorelasi SPSS 25, data diolah 2024

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel 10dependent mempunyai nilai VIF (Variance Inflation Factor) kurang dari 10. Variabel Akreditasi sebesar 3,931, variabel Promosi sebesar 6,862, variabel Kualitas Pelayanan sebesar 5,959. Selain itu nilai toleransi seluruh variabel juga lebih dari 0,1, variabel Akreditasi sebesar 0,254, variabel Promosi sebesar 0,146, variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,168. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi fenomena multikolinieritas pada variabel 10dependent penelitian ini.

Hasil (D. Uji Hipotesis)

1. Analisis Linier Berganda

Pengujian analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel 1 independent terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan untuk menjawab hipotesis yang dikemukakan adalah dengan menggunakan analisis berganda. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	0.208	0.501		0.415	0.679
1	Akreditasi (X1)	0.512	0.056	0.645	9.135	0.000
	Promosi (X2)	0.038	0.052	0.067	0.718	0.002
	Kualitas Pelayanan (X3)	0.152	0.050	0.263	3.026	0.003

a. Dependent Variable : Minat Kuliah (Y)

Sumber : Hasil Uji Regresi Linier Berganda SPSS 25, data diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut :

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

$$Y = 0,208 + 0,512 X_1 + 0,038 X_2 + 0,152 X_3$$

Hasil (D. Uji Hipotesis)

- Berdasarkan persamaan regresi tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut :
 - a. Nilai konstanta (a) bernilai positif 0,208. Hal ini menunjukkan bahwa ketika variabel Akreditasi (X_1), Promosi (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) dianggap konstan atau memiliki nilai tetap maka Minat Kuliah adalah sebesar 0,208.
 - b. Untuk variabel Akreditasi koefisien b_1 mencapai 0,512 menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap Minat Kuliah. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel Akreditasi meningkat sebesar satu satuan maka variabel Akreditasi akan meningkat sebesar 0,512.
 - c. Untuk variabel Promosi koefisien b_1 mencapai 0,038 menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap Minat Kuliah. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi meningkat sebesar satu satuan maka variabel Promosi akan meningkat sebesar 0,038.
 - d. Untuk variabel Kualitas Pelayanan koefisien b_1 mencapai 0,152 menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap Minat Kuliah. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan meningkat sebesar satu satuan maka variabel Kualitas Pelayanan akan meningkat sebesar 0,152.

Hasil (D. Uji Hipotesis)

2. Uji t

Uji t (parsial) digunakan untuk menguji pengaruh satu per satu variabel Akreditasi (X1), Promosi (X2), Kualitas pelayanan (X3) terhadap Minat Kuliah (Y) menggunakan uji t, dibawah ini adalah hasil dari masing-masing bagian pengujian yang ditunjukkan di bawah ini.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.208	0.501		0.415	0.679
1 Akreditasi (X1)	0.512	0.056	0.645	9.135	0.000
Promosi (X2)	0.038	0.052	0.067	0.718	0.002
Kualitas Pelayanan (X3)	0.152	0.050	0.263	3.026	0.003

a. Dependent Variable : Minat Kuliah (Y)

Sumber : Hasil Uji Parsial (t) SPSS 25, data diolah 2024

Hasil (D. Uji Hipotesis)

- 1. Akreditasi (X1) :** Berdasarkan tabel 7 diatas terlihat tabel uji t dengan angka t sebesar 9,135 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil penelitian menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,135 > 0,000$). Nilai signifikan $< 0,05 \alpha$ ($0,000 < 0,05$), artinya variabel Akreditasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat Kuliah.
- 2. Promosi (X2) :** Berdasarkan tabel 7 diatas terlihat tabel uji t dengan angka t sebesar 0,718 dan nilai signifikansi sebesar 0,002. Hasil penelitian menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,718 > 0,002$). Nilai signifikan $< 0,05 \alpha$ ($0,002 < 0,05$), artinya variabel Promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat Kuliah.
- 3. Kualitas Pelayanan (X3) :** Berdasarkan tabel 7 diatas terlihat tabel uji t dengan angka t sebesar 3,026 dan nilai signifikansi sebesar 0,003. Hasil penelitian menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,026 > 0,003$). Nilai signifikan $< 0,05 \alpha$ ($0,003 < 0,05$), artinya variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat Kuliah.

Hasil (D. Uji Hipotesis)

3. Uji F

Uji simultan (uji F) bertujuan untuk menguji secara simultan variabel Akreditasi (X1), Promosi (X2), Kualitas pelayanan (X3) terhadap Minat Kuliah (Y) menggunakan uji F, dibawah ini adalah hasil dari masing-masing bagian pengujian yang ditunjukkan di bawah ini.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	537.816	3	179.272	230.408	.000 ^b
	Residual	74.694	96	0.778		
	Total	612.510	99			

a. Dependent Variable: Minat Kuliah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi

Sumber : Hasil Uji Simultan (F) SPSS 25, data diolah 2024

Dari hasil uji simultan menunjukkan nilai Fhitung sebesar 230,408, sedangkan Ftabel berada pada taraf kepercayaan signifikan 5% dan df adalah $k = 3$ dan $df_2 = n - k - 1$ ($100 - 3 - 1 = 96$) sehingga diperoleh Ftabel sebesar 2,70 dan hal ini menunjukkan bahwa Fhitung lebih besar dari Ftabel dimana $230,408 > 2,70$. Sedangkan nilai signifikannya kurang dari α yaitu $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak sedangkan H_a diterima, artinya variabel Independen mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Akreditasi (X1), Promosi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Minat Kuliah (Y).

Pembahasan

1. Hipotesis Pertama (H1) : Akreditasi (X1) berpengaruh terhadap Minat Kuliah (Y)

Berdasarkan hasil analisis data membuktikan bahwa variabel Akreditasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kuliah (Y). Hal ini menyatakan bahwasanya Akreditasi memiliki andil yang sangat besar dalam mempengaruhi minat calon mahasiswa baru, Akreditasi memegang peranan yang sangat penting dalam memengaruhi minat calon mahasiswa baru. Ini adalah sebuah proses yang dilakukan oleh lembaga berwenang untuk memberikan pengakuan resmi bahwa suatu institusi memiliki kemampuan untuk menjalankan kegiatan tertentu. Dengan adanya akreditasi, institusi pendidikan dapat memperoleh pengakuan atau jaminan bahwa mereka telah memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT). Pengakuan ini sangat berharga dalam menarik minat calon mahasiswa baru, seiring dengan manfaat yang diberikan oleh akreditasi, salah satunya adalah untuk menarik minat calon mahasiswa baru [1]. Sehingga diharapkan Hasil penelitian ini menyatakan bahwasanya variabel Akreditasi memiliki nilai hitung sebesar 0,645, dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,195. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh [1] dengan judul “Pengaruh Promosi, Harga, Fasilitas, Akreditasi, Dan Lokasi Universitas Boyolali Terhadap Minat Calon Mahasiswa Baru” yang mengindikasikan bahwa Akreditasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kuliah.

2. Hipotesis Kedua (H2) : Promosi (X2) berpengaruh terhadap Minat Kuliah (Y)

Berdasarkan hasil analisis data membuktikan variabel Promosi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kuliah (Y). Hal ini menyatakan bahwasanya Promosi memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi minat calon mahasiswa baru. Dengan banyaknya jumlah perguruan tinggi, persaingan untuk menarik perhatian calon mahasiswa menjadi semakin ketat. Oleh karena itu, perguruan tinggi perlu memanfaatkan segala potensi dan keunggulan yang dimilikinya secara optimal. Dalam menghadapi persaingan ini, penting bagi perguruan tinggi untuk membangun citra merek (branding) guna memperkenalkan kampus mereka kepada calon mahasiswa. Dengan adanya promosi maka calon mahasiswa baru akan mengetahui bahwa kampus mempunyai banyak program yang bagus untuk para calon mahasiswa baru [16]. Sehingga diharapkan Hasil penelitian ini menyatakan bahwasanya variabel Promosi memiliki nilai hitung sebesar 0,067, dengan nilai signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,195. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh [16] dengan judul “Pengaruh Promosi, Harga, Fasilitas, Akreditasi, Dan Lokasi Universitas Boyolali Terhadap Minat Calon Mahasiswa Baru” yang mengindikasikan bahwa Akreditasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kuliah.

Pembahasan

3. Hipotesis Ketiga (H3) : Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh terhadap Minat Kuliah (Y)

Berdasarkan hasil analisis data membuktikan variabel Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kuliah (Y). Hal ini menyatakan bahwasanya dalam lembaga pendidikan tinggi, memberikan layanan berkualitas telah menjadi salah satu target utama yang harus dicapai. Banyak praktisi menganggap bahwa kualitas layanan sejalan dengan kepuasan pelanggan. Manajemen kualitas yang tepat dapat memberikan kontribusi positif dalam menciptakan kepuasan bagi calon mahasiswa. Kualitas tersebut juga memberikan nilai tambah berupa motivasi khusus bagi calon mahasiswa untuk menjalin hubungan yang saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perguruan tinggi. Hubungan emosional seperti ini memungkinkan perguruan tinggi untuk memahami dengan baik harapan dan kebutuhan khusus dari calon mahasiswa baru [18]. Sehingga diharapkan Hasil penelitian ini menyatakan bahwasanya variabel Promosi memiliki nilai hitung sebesar 0,263, dengan nilai signifikansi 0,003 lebih kecil dari 0,195. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh [18] dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan”.

4. Hipotesis Ketiga (H3) : Harga (X1), Promosi (X2), Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Minat Kuliah (Y)

Berdasarkan hasil analisis data membuktikan variabel Akreditasi, Promosi, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat Kuliah. Sehingga dapat dinyatakan bahwa Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan yang digabungkan dapat mempengaruhi Minat Kuliah. Hasil uji simultan (uji f) membuktikan bahwa nilai Fhitung sebesar 230,408, sedangkan Ftabel berada pada taraf kepercayaan signifikan 5% dan df adalah $k = 3$ dan $df_2 = n - k - 1$ ($100 - 3 - 1 = 96$) sehingga diperoleh Ftabel sebesar 2,70 dan hal ini menunjukkan bahwa Fhitung lebih besar dari Ftabel dimana $230,408 > 2,70$. Sedangkan nilai signifikannya kurang dari α yaitu $0,000 < 0,05$ [27]. Dengan demikian dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak sedangkan H_a diterima, artinya variable Independen mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen [27]. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Akreditasi (X1), Promosi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Minat Kuliah (Y).

Referensi

- [1] A. Bakar *et al.*, “Pengaruh Promosi Dan Akreditasi Terhadap Minat Mahasiswa Baru,” *J. Agama Sosiasal dan Budaya*, vol. 5, no. 4, pp. 2599–2473, 2022.
- [2] T. Triyono, D. Dasmadi, and A. F. A. TNK, “Pengaruh Promosi, Harga, Fasilitas, Akreditasi, Dan Lokasi Universitas Boyolali Terhadap Minat Calon Mahasiswa Baru,” *EKOBIS J. Ilmu Manaj. dan Akunt.*, vol. 9, no. 2, pp. 220–229, 2021, [Online]. Available: <https://www.ejournal.uby.ac.id/index.php/ekobis/article/view/460>
- [3] E. Masnawati and D. Darmawan, “Pengaruh Lokasi, Akreditasi dan Biaya Kuliah terhadap Niat Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya,” *J. Educ.*, vol. 6, no. 1, pp. 1326–1336, 2023, doi: 10.31004/joe.v6i1.3072.
- [4] N. Mahmudah and Y. A. Faidah, “PENGARUH AKREDITASI PRODI, MOTIVASI, FASILITAS PENDIDIKAN DAN REPUTASI PENDIDIK TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI SEKTOR PUBLIK PADA POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA TEGAL (Studi Empiris Pada Mahasiswa Program St,” *Account*, vol. 7, no. 1, 2020, doi: 10.32722/acc.v7i1.2843.
- [5] T. Chusanawati and T. Purwinarti, “Pengaruh Promosi Terhadap Minat Kuliah Studi Kasus Di Politeknik Negeri Jakarta,” *Epigram*, vol. 12, no. 2, pp. 105–110, 2021.
- [6] B. Hartoyo, “Model Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Stie Itmi,” *SINTAKSIS J. Ilm. Pendidik.*, vol. 3, no. 1, pp. 43–50, 2023, [Online]. Available: <https://journalsintaksis.com/index.php/sts/article/view/89%0Ahttps://journalsintaksis.com/index.php/sts/article/download/89/82>
- [7] A. K. H. Abas, S. S. Posangi, and A. Mala, “Analisis Faktor Kualitas Pendidikan, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Kampus Terhadap Minat Mahasiswa Memilih Studi Di Iain,” *Al-Minhaj J.*, vol. 05, pp. 2–13, 2021, [Online]. Available: <https://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/alminhaj/article/view/2266%0Ahttps://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/alminhaj/article/download/2266/1247>
- [8] D. Marlius and F. Ananda, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Website Akademik Terhadap Minat Kuliah Di Akbp Padang,” *J. Pundi*, vol. 3, no. 3, p. 191, 2020, doi: 10.31575/jp.v3i3.190.
- [9] F. A. Sitanggang, D. E. Putri, and P. A. Sitanggang, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program Studi Manajemen Jenjang Strata-1 pada Perguruan Tinggi Swasta dan Perguruan Tinggi Negeri di Kota Jambi,” *Ekon. J. Econ. Bus.*, vol. 5, no. 1, p. 117, 2021, doi: 10.33087/ekonomis.v5i1.300.

Referensi

- [10] C. C. R. Manday, “PENGARUH AKREDITASI DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MELANJUTKAN KULIAH (STUDI KASUS PADA SMA YAYASAN PENDIDIKAN KELUARGA MEDAN),” *J. Bisnis Kolega*, vol. 9, no. 1, pp. 47–57, 2023.
- [11] S. Salbiyah and B. W. Mahardhika, “PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT MEMILIH PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UMSURABAYA TAHUN 2020,” *J. Balanc.*, vol. I, no. 1, pp. 1–17, 2021.
- [12] D. S. W. Lubis and H. Hamdan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan,” *Literasi J. Bisnis dan Ekon.*, vol. 2, no. 1, pp. 183–191, 2020.
- [13] P. H. Santoso and T. Triyonowati, “the Influence of Innovation, Advertising, Quality and Brand Trust on the Purchase Decisions of Oppo Smartphones By Students,” *Int. Conf. Bus. Soc. Sci.*, vol. 3, no. 1, pp. 387–400, 2024, doi: 10.24034/icobuss.v3i1.384.
- [14] Purwantoro and Astri Diani Buulele, “Analisis Akreditasi, Teman Sebaya, Dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Baru Memilih Prodi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian,” *Hirarki J. Ilm. Manaj. dan Bisnis*, vol. 4, no. 1, pp. 610–625, 2022, doi: 10.30606/hirarki.v4i1.1503.
- [15] M Ridho Al Aziz, “Pengaruh Peran Kepemimpinan dalam Manajemen Perubahan Organisasi HMJ Manajemen Untuk Peningkatan Akreditasi Prodi Manajemen UIN Sumatera Utara,” *J. Ilmu Komputer, Ekon. dan Manaj.*, vol. 3, no. 2, pp. 2987–2992, 2023.
- [16] S. V Kamanda, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Pada ...,” *J. As-Said*, vol. 2, no. 1, pp. 1–6, 2022.
- [17] S. Baharsyah and N. Nurhasan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Ums,” *J. Ilm. Manaj. dan Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 14–30, 2023, doi: 10.24034/jimbis.v2i1.5767.
- [18] E. J. B. M. Maryska Debora Silalahi, Erika Christine Panggabean, “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA PENDIDIKAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN KRISTEN,” *DIKAIOS J. Prodi Manaj. Pendidik. Kristen*, vol. 2, no. 2, pp. 25–44, 2022.

Referensi

- [19] M. Z. R. K. Nofriavani Mohd. Winario, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS KAMPUS Lembaga Pendidikan Perguruan Tinggi Institut Teknologi dan Bisnis Master,” *J. Islam. Econ. Manag. Bus.*, vol. 1, no. 1, pp. 29–43, 2022, [Online]. Available: journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/sharing
- [20] N. Saputri, “Pengaruh Kinerja Dosen, Kualitas Pelayanan Akademik, dan Fasilitas Belajar Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh,” *JEMSI (Jurnal Ekon. Manajemen, dan ...)*, vol. 9, no. 5, pp. 2268–2277, 2023, [Online]. Available: <http://journal.lembagakita.org/index.php/jemsi/article/view/1582%0Ahttps://journal.lembagakita.org/index.php/jemsi/article/download/1582/1105>
- [21] I. Widyowati and A. Lusia, “PERBEDAAN FAKTOR PENGARUH MINAT KULIAH DI STIE SURAKARTA (Studi Kasus pada SMA Al-Azhar Syifa Budi Solo),” *J-MIND (Jurnal Manaj. Indones.)*, vol. 8, no. 1, pp. 52–58, 2023, [Online]. Available: <https://ojs.unimal.ac.id/jmi/article/view/10802>
- [22] A. G. P. Kadeni, “PENGARUH MINAT, CITRA KAMPUS, DAN KESEMPATAN KERJA TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI,” *J. Rev. Pendidik. dan Pengajaran*, vol. 6, no. 4, pp. 2565–2571, 2023.
- [23] Y. A. Kusuma, “Penerapan Manajemen Strategi dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Fakultas Teknik di Universitas XYZ,” *Ina. J. Ind. Qual. Eng.*, vol. 11, no. 1, pp. 33–44, 2023, doi: 10.34010/iqe.v11i1.8405.
- [24] R. Tulhalim, Bakkareng, and Delvianti, “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH PROGRAM STUDI MANAJEMEN PADA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS EKASAKTI PADANG (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen),” *J. Matua*, vol. 3, no. 3, pp. 473–488, 2021, [Online]. Available: <https://unespadang.ac.id/>,
- [25] M. M. Asri, U. Kristen, and S. Wacana, “Pengaruh Promosi , Kualitas Program Studi , Biaya Pendidikan Dan Lokasi Kampus Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi S1 Manajemen Feb UKSW,” *Innov. J. Soc. Sci. Res.*, vol. 3, no. 6, pp. 8828–8842, 2023, [Online]. Available: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- [26] L. Qadrini, S. Ardiputra, and A. Seppewali, “Bimbingan Teknis Olah Data Dengan Spss 25 Untuk Para Pegawai Kantor Bkad Kabupaten Majene,” *Dharmakarya*, vol. 9, no. 3, p. 184, 2020, doi: 10.24198/dharmakarya.v9i3.29511.
- [27] C. I. M. S. Sayekti, Lucas Gading Putra Ridwan, Fazarina Rizkiani Ria, Yecita Surveyandini, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Mengambil Studi di Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto,” *J. Manaj. Bus. Innov. Conf.*, vol. 7, no. 3025–3292, pp. 318–330, 2024, [Online]. Available: <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/inde>

