

The Influence of Accreditation, Promotion, and Service Quality on Student Interest in Studying in the Management Study Program at Muhammadiyah University of Sidoarjo

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

Zuhal Yussi Ahmed ¹⁾, Mochamad Rizal Yulianto ^{*,2)}

¹⁾Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: rizaldo@umsida.ac.id

Abstract. *In this modern era, there are various types of universities that actively compete in improving their quality to attract the attention of prospective students by methods through various factors, namely accreditation, promotion strategies and service quality. The ultimate goal is to create human resources who are ready to face various challenges in the context of globalization. This research uses a quantitative approach. The sampling technique uses purposive sampling and sample determination using the slovin formula. The type of data taken is primary data obtained through distributing questionnaires. The results of this study indicate that Accreditation, Promotion, Service Quality have a positive and significant effect on Student Interest in the Management Study Program at Muhammadiyah Sidoarjo University.*

Keywords - Accreditation, Promotion, Service Quality, Student Interest

Abstrak. *Pada era modern ini, terdapat beragam jenis perguruan tinggi yang secara aktif bersaing dalam meningkatkan kualitas mereka guna menarik perhatian calon mahasiswa dengan metode melalui berbagai macam faktor yaitu akreditasi, strategi promosi dan kualitas layanan. Tujuan akhirnya adalah menciptakan Sumber Daya Manusia yang siap menghadapi berbagai tantangan dalam konteks globalisasi. Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sample menggunakan purposive sampling dan penentuan sampel menggunakan rumus slovin. Jenis data yang diambil yaitu data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Akreditasi, Promosi, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kuliah Mahasiswa di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.*

Kata Kunci - Akreditasi, Promosi, Kualitas Pelayanan, Minat Kuliah

I. PENDAHULUAN

Pada era modern ini, terdapat beragam jenis perguruan tinggi yang secara aktif bersaing dalam meningkatkan kualitas mereka guna menarik perhatian calon mahasiswa dengan metode melalui berbagai macam faktor yaitu akreditasi, strategi promosi dan kualitas layanan [1]. Beriringan dengan tantangan di era industri 4.0, bermunculan banyak institusi pendidikan tinggi swasta di berbagai wilayah, termasuk di daerah Sidoarjo. Salah satu contohnya adalah sebuah universitas di Sidoarjo yang berusaha bersaing untuk menarik minat calon mahasiswa baru, dengan harapan menghasilkan lulusan yang memiliki kualitas unggul. Tujuan akhirnya adalah menciptakan Sumber Daya Manusia yang siap menghadapi berbagai tantangan dalam konteks globalisasi [2]. 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].

Dampak dari evaluasi independen akreditasi oleh lembaga akreditasi yang bersangkutan, yang bertujuan untuk mengevaluasi mutu pendidikan yang diberikan oleh perguruan tinggi [4]. Sebab akreditasi adalah cara untuk memastikan mutu layanan-layanan di dalam suatu lembaga. Status akreditasi memiliki signifikansi besar bagi perguruan tinggi swasta karena berdampak pada jumlah mahasiswa yang diterima dan struktur dosen di lembaga tersebut [1]. Perguruan tinggi yang telah meraih akreditasi yang baik telah berhasil memenuhi berbagai standar dan kriteria yang telah ditetapkan oleh lembaga akreditasi. Hal ini mencakup sejumlah aspek seperti struktur kurikulum, metode pengajaran, fasilitas, dan berbagai sumber daya pendukung lainnya [3]. Kehadiran akreditasi yang solid menandakan bahwa lembaga pendidikan tinggi beserta program studi yang dimilikinya telah memenuhi atau bahkan melebihi standar yang ditetapkan dalam dunia pendidikan tinggi. Memilih akreditasi yang unggul mencerminkan bahwa universitas dan program studi tersebut telah memenuhi atau bahkan melampaui standar yang berlaku dalam pendidikan tinggi. Umumnya, calon mahasiswa melakukan penelitian dan mempertimbangkan reputasi akademik serta status akreditasi program studi ketika mereka memilih perguruan tinggi [3].

Di sini, promosi menjadi upaya untuk memperkenalkan perguruan tinggi dengan maksud menarik minat calon mahasiswa baru melalui demonstrasi kualitas kampus. Di ranah pendidikan tinggi, strategi promosi dilakukan secara beragam, termasuk distribusi brosur, pemanfaatan media sosial, penempelan banner, dan penggunaan reklame, semuanya bertujuan untuk menarik sebanyak mungkin calon mahasiswa baru [1]. Adapun yang lainnya promosi merupakan kegiatan mengkomunikasikan informasi dari pihak instansi perguruan tinggi kepada pendaftar kuliah atau mahasiswa baru dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku [5]. Ketika Perguruan Tinggi mencapai sukses dalam menarik mahasiswa baru, hal tersebut tidak terlepas dari upaya promosi yang dilakukan. Untuk mencapai tujuan tersebut, Perguruan Tinggi harus mampu berkomunikasi secara efektif dengan pasar sasarannya. Keberhasilan dalam mendapatkan mahasiswa baru sangat bergantung pada kemampuan Perguruan Tinggi menyampaikan informasi yang tepat tentang dirinya melalui berbagai metode promosi yang diterapkan [6].

Pembahasan tentang kualitas layanan di perguruan tinggi dapat difokuskan pada perannya sebagai penyedia layanan pendidikan. Seperti halnya evolusi organisasi atau perusahaan dalam industri jasa, ada berbagai teori yang berkembang mengenai kualitas layanan [7]. Peningkatan kualitas sebuah perguruan tinggi perlu disesuaikan dengan optimalisasi teknologi informasi melalui pengembangan website akademik dan peningkatan kompetensi sumber daya manusia. Tindakan ini diharapkan dapat menghasilkan layanan berkualitas bagi mahasiswa dan mendukung promosi yang langsung dilakukan oleh mahasiswa kepada calon mahasiswa. Akibatnya, minat untuk menempuh pendidikan di perguruan tinggi tersebut diharapkan akan meningkat [8].

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.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang variabel **Akreditasi** terhadap Minat Kuliah Mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh [2]. menyajikan bahwasannya Akreditasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kuliah Mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh [10]. menyajikan bahwasannya Akreditasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Minat Kuliah Mahasiswa.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang variabel **Promosi** terhadap Minat Kuliah Mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh [2]. menyajikan bahwasannya Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kuliah Mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh [11]. menyajikan bahwasannya Promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Minat Kuliah Mahasiswa.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang variabel **Kualitas Pelayanan** terhadap Minat Kuliah Mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh [12]. menyajikan bahwasannya Kualitas Pelayanan berpengaruh positif

dan signifikan terhadap Minat Kuliah Mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh [13]. menyajikan bahwasannya Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Minat Kuliah Mahasiswa.

Rumusan Masalah : didalam penelitian ini ialah bagaimana Akreditasi, Promosi, Kualitas Pelayanan, terhadap MinatKuliah Mahasiswa di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Diharapkan dengan hasil yangdidapatkan 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 : Kategori ke Delapan (8) dari 17 kategori SDGs yaitu (Decent Work and Economic Growth) <https://sdgs.un.org/goals>

Literature Review

Akreditasi (X1)

Akreditasi juga dapat diartikan sebagai bentuk jaminan mutu eksternal, yang merupakan suatu proses yang dilakukan oleh lembaga yang berwenang untuk memberikan pengakuan resmi bahwa sebuah institusi memiliki kemampuan untuk menjalankan kegiatan tertentu [1]. Akreditasi dapat berfungsi sebagai indikator mutu suatu institusi pendidikan. Definisi dari Kamus Besar Bahasa Indonesia menyatakan bahwa akreditasi merupakan evaluasi dan pengakuan terhadap lembaga pendidikan yang diberikan oleh otoritas yang berwenang setelah menilai bahwa lembaga tersebut memenuhi standar atau kriteria yang ditetapkan [14]. Akreditasi memainkan peran krusial dalam menentukan kedudukan sebuah perguruan tinggi atau program gelar dalam persaingan kepemimpinan dengan institusi pendidikan dan program lainnya. Selain itu, akreditasi juga menjadi patokan bagi lembaga yang mengadopsi program universitas untuk memastikan bahwa kualifikasi lulusan telah memenuhi standar yang ditetapkan oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT). Proses manajemen yang terkelola dengan baik menjadi landasan bagi akreditasi ini [15]. Adapun Akreditasi memiliki 4 indikator yaitu [14] :

1. Kurikulum (sesuai standar akademik perkuliahan dan BAN-PT yang memiliki materi praktik)
2. Pembelajaran (kegiatan perkuliahan yang baik, aman dan kondusif)
3. Sumber daya manusia (tenaga pengajar memiliki sertifikat pendidik yang diakui oleh skala nasional)
4. Suasana akademik (Staf TU melayani mahasiswa dengan ramah)

Promosi (X2)

Promosi merupakan strategi komunikasi dalam bidang pemasaran, di mana komunikasi pemasaran melibatkan serangkaian kegiatan untuk menyampaikan informasi, memengaruhi, menarik perhatian, serta mengingatkan calon mahasiswa terhadap universitas atau institusi pendidikan. Tujuan utamanya adalah agar mereka mau menerima, mendaftar, dan tertarik pada program studi yang sedang ditawarkan [16]. Agar berhasil menarik minatcalon mahasiswa baru, setiap perguruan tinggi perlu memilih dengan cermat alat promosi yang akan digunakan dalamupaya promosi mereka [17]. Kegiatan promosi tidak hanya bertindak sebagai sarana komunikasi antara perguruan tinggi dan mahasiswa baru, tetapi juga berperan sebagai upaya untuk memengaruhi mahasiswa baru dalam menentukan minat kuliah mereka sesuai dengan preferensi dan program studi yang sesuai dengan kebutuhan mereka [17]. Adapun Promosi memiliki 5 indikator yaitu [17] :

1. Menginformasikan
2. Mempengaruhi dan membujuk pendaftar mahasiswa baru
3. Mengingatnkan pasar sasaran
4. Media pesan promosi
5. Waktu frekuensi promosi

Kualitas Pelayanan (X3)

Kualitas dapat diartikan sebagai keadaan yang berubah-ubah terkait dengan produk, layanan, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan. Apabila diterapkan pada layanan, kualitas pelayanan mencakup tingkat keunggulan yang diinginkan dan upaya pengendalian terhadap tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan calon mahasiswa [18]. Keberhasilan calon mahasiswa memilih untuk menjadi mahasiswa tetap di suatu kampus yang dipilih seringkali ditentukan oleh tingkat kualitas pelayanan yang diberikan. Faktor utama yang diperhatikan oleh calon mahasiswa adalah kenyamanan dalam memanfaatkan berbagai layanan yang disediakan oleh kampus tersebut [19]. Kualitas pelayanan akademik didefinisikan sebagai perbandingan antara persepsi mahasiswa baru atau pemangku kepentingan terhadap pelayanan akademik dengan harapan mereka terhadap kualitas pelayanan akademik. Jika pelayanan yang dirasakan setara atau melebihi harapan, maka dianggap sebagai pelayanan berkualitas [20]. Adapun 5 indikator faktor dominan atau penentu kualitas jasa disingkat dengan TERRA yaitu [19] :

1. Tangible (Berwujud)

2. Empathy (Empati)
3. Responsiveness (Cepat Tanggap)
4. Reliability (Keandalan)
5. Assurance (Kepastian)

Minat Kuliah (Y1)

Minat kuliah mencakup antusiasme, kegairahan, dan kebahagiaan yang dirasakan oleh mahasiswa terhadap pengalaman belajar atau kuliah di institusi pendidikan tertentu atau dalam bidang studi tertentu [8]. Adapun Minat belajar kuliah mencakup perasaan dan ketertarikan mahasiswa terhadap materi kuliah, yang kemudian mendorong antusiasme dan kemandirian dalam proses pembelajaran. Hal ini memungkinkan mahasiswa untuk memperoleh pengetahuan baru yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan mereka [21]. Minat juga mencerminkan sejauh mana seseorang bersedia mencoba, menunjukkan seberapa besar perencanaan usaha yang akan dilakukan dan memiliki keterkaitan dengan perilaku. Pertumbuhan minat kuliah mahasiswa disebabkan oleh motif tertentu yang sesuai dengan atribut yang diinginkan dan dibutuhkan dalam memanfaatkan suatu layanan jasa [8]. Untuk memunculkan minat memang bukan perkara yang mudah. Minat harus hadir atas kehendak hati masing-masing individu, tidak boleh paksaan dari orang lain. Minat yang dibarengi dengan citra kampus akan menjadi faktor pertimbangan sebelum menentukan program studi sebuah institusi [22]. Minat Kuliah terbangun dari tiga konstruk atau indikator, Adapun 3 Indikator tersebut yaitu [8] :

1. Intesitas Pencarian Informasi
2. Desire atau Keinginan untuk lulus tes masuk
3. Kesiediaan untuk berkorban atau membayar biaya perkuliahan

II. METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Jl. Mojopahit No. 666 B, Sidowayah, Celep, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61271. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data primer [9]. Data diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner penelitian. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2023-2024 program studi S1 manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Mahasiswa program studi S1 manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo angkatan tahun 2023-2024 sejumlah 2.556 orang mahasiswa. Pengumpulan data primer melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden. [13].

Sampel pada penelitian ini menggunakan purposive sampling dan penentuan sampel menerapkan rumus slovin $n = N / (1 + (N \times e^2))$ dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 97 orang dari 2.556 populasi. Data dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner yang disebar melalui google form dan hasilnya berupa data kuantitatif. Sampel yang dipilih yaitu Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan alat ukur berupa skala Likert. Analisis data dijalankan dengan menerapkan SPSS versi 25.

Keterangan :

N = Jumlah sampel/responden

N = Jumlah populasi

E = Margin error = 0,1

Rumus :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{(1+Ne^2)} \\
 &= \frac{2556}{(1+2556(0,1)^2)} \\
 &= \frac{2556}{(1+2556 \times 0,01)} \\
 &= \frac{2556}{25,56} = 96,23 \approx 97
 \end{aligned}$$

Responden dalam penelitian ini yang ditentukan dengan rumus slovin dengan hasilnya yaitu 96,23 namun hasil tersebut dibuatkan menjadi 97 agar dapat mempermudah dalam hal proses penelitian dan menentukan signifikan atau tidak signifikannya penelitian ini [23].

Dari hasil perhitungan di atas dan Analisis data dijalankan dengan menerapkan SPSS versi 25, maka Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t, dan Uji F.

Uji Validitas

Alat yang digunakan untuk mengukur validitas suatu penelitian, yang digunakan untuk mengkorelasikan setiap pernyataan dengan total skor setiap variabel biasanya disebut uji validitas, dalam pengujian ini menggunakan software SPSS versi 25 [17].

Uji Reliabilitas

Keandalan atau reliabilitas merupakan pengukur atau alat ukur yang konsistensi, hal tersebut seperti pengukuran dengan alat yang sama atau pemeriksaan ulang dan memberikan hasil yang lebih tepat, dari dua orang penilai memberikan nilai yang sama atau reliabilitas antar penilai [2]. Reliabilitas ini berbeda dengan validitas, keduanya dapat dianggap sebagai alat ukur yang dapat dikendalikan untuk mengukur secara konsisten, tetapi tidak selalu tahu apa yang seharusnya diukur [2]. Sampai mana pengukuran tes tetap konsisten saat dilakukan berulang kali terhadap poin dalam kondisi yang sama merupakan kesimpulan dari reliabilitas [2].

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

1. Uji normalitas
2. Uji multikolinearitas
3. Uji heteroskedastisitas

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda ini bertujuan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini digunakan untuk mendeteksi hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terkait dan untuk mengetahui apakah adanya keterkaitan antar sebab akibat antara kedua variabel, seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terkait untuk menguji besarnya akibat antara dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terkait dan menaksir variabel bebas dengan menggunakan variabel terkait [20]. Berikut rumus regresi berganda [22] :

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

Keterangan :

Y : Variabel bebas X1 : Variabel independen

a : Bilangan onstan X2 : Variabel independen

b1 Koefisien regresi X3 : Variabel independen

bb2 Koefisien regresi e : Nilai residual

b3 Koefisien regresi

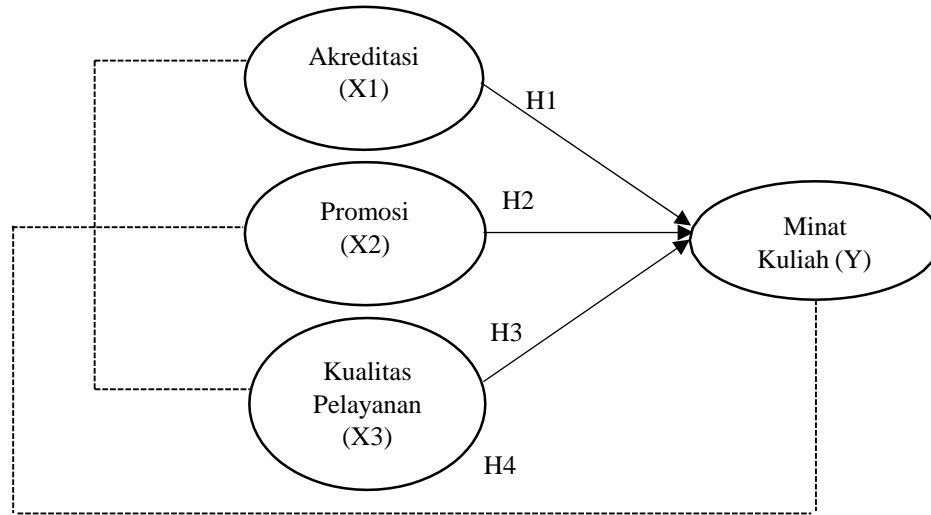
Uji t (Parsial)

Uji yang bertujuan untuk menentukan apakah variabel bebas secara parsial atau sendiri-sendiri berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terkait, ujian tingkat signifikan koefisien korelasi yang bertujuan untuk menentukan tingkat signifikan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Ada kemungkinan bahwa ada pengaruh parsial antara variabel independen dan variabel dependen [24]. jika probabilitas nilai t signifikan < 0,05. Sebaliknya, jika probabilitas nilai t signifikan lebih besar dari 0,05, maka tidak ada pengaruh signifikan dari masing-masing variabel dependen terhadap variabel independen [25].

Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh tingkat signifikan dari variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terkait. Pada penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan 95% adapun ketentuannya : (1) apabila tingkat hubungan $> 0,05$ dapat dikatakan H_0 diterima sedangkan H_a ditolak (2) apabila tingkat hubungan $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak sedangkan H_a diterima [25].

KERANGKA KONSEPTUAL

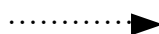


Gambar 1. Kerangka Konseptual

Keterangan :



: Variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen secara parsial



: Variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen secara simultan

Berdasarkan Kerangka Konseptual di atas maka Hipotesis Penelitiannya adalah sebagai berikut :

H1 : Akreditasi diduga berdampak secara parsial terhadap Minat Kuliah

H2 : Promosi diduga berdampak secara parsial terhadap Minat Kuliah

H3 : Kualitas Pelayanan diduga berdampak secara parsial terhadap Minat Kuliah

H4 : Akreditasi, Promosi, Kualitas Pelayanan diduga berdampak secara simultan terhadap Minat Kuliah

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas
Correlation

Variabel	Item	(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

				00	
	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.

B. Uji Reliabilitas

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.

C. Uji Asumsi Klasik

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

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.

Uji Autikorelasi

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)

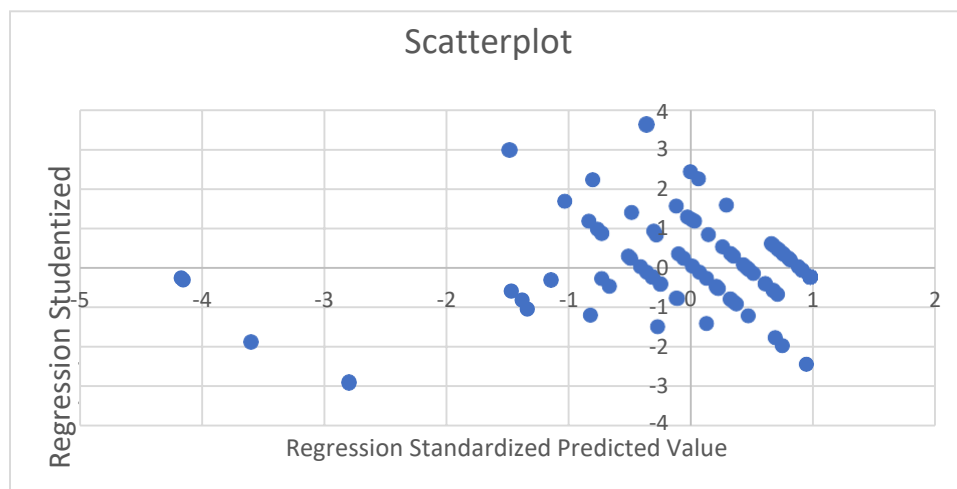
b. Dependent Variable : Minat Kuliah (Y)

Sumber : Hasil Uji Autokorelasi SPSS 25, data diolah 2024

Pengujian autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW). Durbin-Watson (DW) pada tabel diatas adalah 1,633. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, tidak terdapat fenomena autokorelasi pada model regresi penelitian ini karena kurang dari 5.

Uji Heterodeskistas

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 di atas terlihat bahwa data dapat tersebar merata diseluruh kuadran (diatasdan dibawah nilai nol garis horizontal dan vertical atau sumbu X dan Y). Oleh karena itu kita dapat menyimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas 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 ujimultikolinearitas pada penelitian ini mencapai linearitas atau tidak terjadi multikolinearitas.

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.

D. Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linear 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		
1	(Constant)	0.208	0.501		0.415	0.679
	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

c. 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 : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

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

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Nilai konstanta (a) bernilai positif 0,208. Hal ini menunjukkan bahwa ketika variabel Akreditasi (X1), Promosi (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dianggap konstan atau memiliki nilai tetap maka Minat Kuliah adalah sebesar 0,208.
- Untuk variabel Akreditasi koefisien b1 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.
- Untuk variabel Promosi koefisien b1 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.
- Untuk variabel Kualitas Pelayanan koefisien b1 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.

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		
1	(Constant)	0.208	0.501		0.415	0.679
	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

- 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.
- 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.
- 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.

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.

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 F_{hitung} sebesar 230,408, sedangkan F_{tabel} berada pada taraf kepercayaan signifikan 5% dan df adalah $k = 3$ dan $df_2 = n - k - 1$ ($100 - 3 - 1 = 96$) sehingga diperoleh F_{tabel} sebesar 2,70 dan hal ini menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} 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 mempengaruhi 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 mempengaruhi 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.

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 variabel Independen mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen [27]. Oleh karenanya, dapat disimpulkan bahwa Akreditasi (X1), Promosi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Minat Kuliah (Y).

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Akreditasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Kuliah, diperoleh hasil bahwa variabel Akreditasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Kuliah Mahasiswa di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Variabel Promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Kuliah Mahasiswa di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Variabel Kualitas pelayanan juga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kuliah Mahasiswa di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Serta variabel Akreditasi, Promosi, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat Kuliah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Terdapat hubungan antara variabel Akreditasi terhadap Minat Kuliah, dimana semakin tinggi tinggi Akreditasi maka Minat Kuliah juga akan meningkat. Terdapat hubungan antara variabel Promosi terhadap Minat Kuliah, dimana semakin baik kualitas Promosi maka Minat Kuliah juga akan semakin meningkat. Terdapat hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Minat Kuliah, dimana jika semakin baik Kualitas Pelayanan maka Minat Kuliah juga semakin meningkat.

Keterbatasan penelitian ini adalah variabel independen masih menggunakan 3 variabel untuk diukur pengaruhnya terhadap variabel dependen. Saran untuk penelitian selanjutnya menambahkan variabel untuk diukur pengaruhnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT karena atas karuniaNya. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak, tidak akan terwujud dengan baik bagi penulis menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang mendukung selama proses pembuatan penelitian ini. Kepada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang telah membantu pengisian kuesioner. Juga kami mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial terutama Program Studi Manajemen yang telah memberikan kesempatan serta kontribusi sehingga mempermudah dalam melakukan penelitian ini.

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://jurnalsintaksis.com/index.php/sts/article/view/89%0Ahttps://jurnalsintaksis.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.
- [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.
- [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. Lusya, “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. Kadani, “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/index>

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.