

PENGARUH PROMOSI DAN SARANA FISIK TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI INSTITUT SAINS DAN TEKNOLOGI TD PARDEDE

Mona Hatorangan Siregar, SE, MM

Dosen Fakultas Teknologi Industri, Institut Sains dan Teknologi TD.Pardede, Medan
JL.DR.TD.Pardede No 8, Kampus ISTP, Medan 20153, Indonesia

e-mail : mona.srd74@gmail.com

ABSTRAK

Promosi dan sarana fisik merupakan bagian dari strategi pemasaran yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih untuk kuliah dan belajar di dalamnya. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh promosi dan sarana fisik terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Institut Sains dan Teknologi (ISTP) Medan. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan sarana fisik terhadap keputusan mahasiswa kuliah di Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede (ISTP) Medan.

Teori yang digunakan adalah promosi dan sarana fisik yang berkaitan dengan perilaku mahasiswa untuk memutuskan kuliah di ISTP. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, daftar pertanyaan dan studi dokumentasi. Jumlah sampel sebanyak 100 (seratus) orang responden dan digunakan teknik sampel dengan penarikan random sampling yang menyebar pada 3 (tiga) fakultas yang dimiliki oleh Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede (ISTP) Medan. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan satuan pengukuran skala Likert. Pendekatan dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data mengenai promosi dan sarana fisik yang terkait dengan variable penelitian. Jenis penelitian adalah deskriptif kuantitatif dengan sifat penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran tentang suatu keadaan dan persoalan serta menginterpretasikannya. Metode analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis digunakan uji F dan t pada tingkat kepercayaan 95%, $\alpha = 0,05$. Koefisien determinasi (R^2) hasil regresi adalah 0,428 artinya variable keputusan mahasiswa dapat dijelaskan oleh variable promosi dan sarana fisik sebesar 42,8% sedangkan sisanya 58,2% dijelaskan oleh variable-variabel bebas lainnya yang tidak diteliti.

Dari hasil persamaan regresi diperoleh nilai koefisien variable promosi 0,295 adalah positif. Hal ini menunjukkan bahwa promosi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa. Demikian juga dari hasil persamaan regresi diperoleh nilai koefisien variable sarana fisik 0,356 adalah positif. Hal ini menunjukkan bahwa sarana fisik mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa. Berdasarkan nilai *understandardized coefficient* tiap variable dapat diketahui bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede adalah variable yang memiliki nilai *understandardized coefficient* terbesar yaitu sarana fisik (0.387)

Kata kunci : Promosi, Sarana Fisik, Keputusan Memilih

ABSTRACT

Promotion and Physical Evidence is being a part of marketing strategy and influence the students decision to make a choice of their study place. As we can see the problem in today research is to find out how the promotion and physical evidence influence the student to make their decision to continue the studies at ISTP. This research also to know neither if the promotion and physical evidence has dominant towards the student decision to continue their study at ISTP Medan..

The theory applied is the promotion and physical evidence related to customer purchasing behavior related to their decision to continue their study at STP. We get datas from intervie, questionnaires, and documentation study. Student as our responde is 100 (people) and we use random sampling in three faculty. Data collected by questioner with Likert Scale. The objectives of this research is to obtain the descriptions and problems then interpreted them.

The method of multiple linier regression was used to answer the hypothesis with level of confidence 95%, $\alpha = 0,05$. The determination coefficient (R^2) of regression result is 0,428 indicating that the independent variable (promotion and physical evidence) were able to explain 42,8% the dependent variable (student chosen decision) and 58,2% others by dependent variable that we not research yet.

From these statistical analysis showed that variable value coefficient of promotion is 0,295 positifly. And 0,356 for statistic analys that showed for Physical evidence. It means that promotion still also can be positively influenced the students to choose their study plaace. Base on understandardized coefficient every variable we may also know that the the major variable to influenced the students make the decision to continue their study at Institut Sains and Tekcnoly is Physical Evidence (0,387)

Keyword : Promotion, Physical Evidence, Decision Choice

I. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Perguruan Tinggi mempunyai fungsi yang dikenal dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu : 1) pendidikan dan pengajaran; 2) penelitian dan ; 3) pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan utama Perguruan Tinggi adalah memberikan jasa pendidikan kepada mahasiswa. Menurut Tjiptono (2005), "Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu". Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik atau tidak. Sedangkan Pendidikan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jasa adalah perbuatan (hal, cara) yang berbasis akademik. Dengan demikian Jasa Pendidikan adalah pelayanan yang diberikan kepada para mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan mereka, untuk itu mutu/kualitas jasa pendidikan haruslah sesuai dengan atau melebihi kebutuhan mahasiswa.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan di atas, penulis mengidentifikasi masalah yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Berkurangnya jumlah mahasiswa Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede
2. Penentuan promosi dan sarana fisik yang tepat untuk karena semakin selektifnya calon mahasiswa dalam memilih kampus Perguruan Tinggi Swasta.
3. Pelaksanaan promosi dan peningkatan sarana fisik yang tepat sebagai pemenuhan tuntutan kebutuhan dan keinginan mahasiswa.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dilakukan untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas penyajian fakta dan mengelola data hingga dapat menyajikan informasi yang berkualitas. Selain itu agar penelitian ini lebih terarah, terfokus, dan tidak meluas, penulis membatasi penelitian pada :

1. Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih Kuliah di Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede (ISTP) Medan.
2. Menganalisis pengaruh sarana fisik terhadap keputusan mahasiswa memilih Kuliah di Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede (ISTP) Medan.
3. Menganalisis pengaruh promosi dan sarana fisik terhadap keputusan mahasiswa memilih Kuliah di Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede (ISTP) Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede (ISTP) Medan?
2. Apakah ada pengaruh sarana fisik terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede (ISTP) Medan?
3. Apakah ada pengaruh promosi dan sarana fisik secara bersama-sama terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede (ISTP) Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penulisan ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede (ISTP) Medan.
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh sarana fisik terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede (ISTP) Medan
3. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh promosi dan sarana fisik secara

bersama-sama terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede (ISTP) Medan

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Menambah pengetahuan dan dapat mengaplikasikan ilmu pemasaran yang didapat selama kuliah ke dalam dunia kerja
 - b. Memberikan refrensi dan kepustakaan yang bermanfaat bagi Manajemen Pemasaran dan kaitannya terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di ISTP untuk penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Peneliti
Sebagai tambahan ilmu bagi penulis dan bahan referensi serta informasi mengenai pengaruh strategi pemasaran terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede (ISTP) Medan bagi peneliti lain, khususnya mahasiswa Manajemen Pemasaran.
 - b. Bagi Instansi
Sumbangan pemikiran dan pertimbangan bagi ISTP untuk meningkatkan strategi pemasaran dengan melaksanakan promosi dan sarana fisik yang akan mempengaruhi keputusan mahasiswa.

2.1. Teori Pemasaran Jasa

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), “*Marketing as the process by which companies create value for customers and build strong customer relationships in order to capture value from customers in return*”. Hal ini menyatakan bahwa pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan.

Menurut David (2011), “Pemasaran dapat dideskripsikan sebagai proses pendefinisian, pengantisipasi, penciptaan, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk dan jasa.”

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai yang bertujuan untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk dan jasa, sehingga tercipta hubungan pelanggan yang menghasilkan penjualan.

2.2. Karakteristik Jasa Perguruan Tinggi

Jasa adalah sesuatu yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan terjadinya perpindahan kepemilikan (*transfer of ownership*). Stanton (1995), mengatakan bahwa : “*Service are identifiable, intangible activities that are main object of a transaction designed to provide want-satisfaction to customer*”.

Sedangkan menurut Kotler (2009), jasa memiliki empat ciri utama yang sangat mempengaruhi rancangan Program Pemasaran, yaitu :

- a. Tidak Berwujud (*Intangibility*)
Jasa mempunyai sifat tidak berwujud, karena tidak bisa dilihat, dirasakan, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli akan mencari tanda atau bukti dari mutu jasa tersebut. Pembeli akan mengambil kesimpulan mengenai mutu jasa dari tempat (*place*), manusia (*people*), peralatan (*equipment*), alat komunikasi (*communication material*), symbol-simbol (*symbols*) dan harga (*price*) yang mereka lihat.
- b. Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*)
Jasa-jasa umumnya diproduksi secara khusus dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Jasa berbeda dengan hasil produksi perusahaan. Bila kita membeli barang, maka barang tersebut dipakai atau ditempatkan di suatu tempat. Jika jasa diberikan oleh seseorang maka orang tersebut merupakan bagian dari jasa tersebut. Klien juga hadir pada saat jasa diberikan, interaksi penyedia klien merupakan ciri khusus dari pemasaran jasa. Baik penyedia maupun klien akan mempengaruhi hasil jasa tersebut.
- c. Beraneka Ragam (*Variability*)
Jasa sangat beraneka ragam, karena tergantung kepada yang menyediakannya dan kapan serta dimana disediakan. Seringkali pembeli jasa menyadari akan keanekaragaman ini dan membicarakan dengan yang lain sebelum menjatuhkan pilihan.
- d. Tidak Tahan Lama (*Perishability*)
Jasa tidak dapat disimpan. Keadaan tidak tahan dari jasa bukanlah masalah jika permintaannya stabil, karena mudah untuk melakukan persiapan pelayanan sebelumnya. Jika permintaan terhadapnya berfluktuasi maka perusahaan jasa akan menghadapi masalah yang sulit.

Dalam membahas karakteristik jasa pada Perguruan Tinggi ada beberapa hal yang perlu dicatat antara lain :

1. Perguruan Tinggi termasuk ke dalam kelompok jasa murni, dimana pemberian jasa yang dilakukan didukung alat kerja atau sarana pendukung semata. Contoh : ruangan kelas, kursi, meja, buku-buku dan sebagainya;
2. Jasa yang diberikan membutuhkan kehadiran pengguna jasa (mahasiswa), yang dalam hal ini pelanggan yang mendatangi lembaga pendidikan tersebut untuk mendapatkan jasa yang diinginkan (meski dalam perkembangannya ada juga yang menawarkan program Universitas Terbuka (UT), Kuliah Jarak Jauh (*Distance Learning*) dan lain-lain;
3. Penerima jasanya adalah orang, jadi merupakan pemberian jasa yang berbasis orang. Atau dalam jasa biasa disebut sistem kontak tinggi (*High Contact System*), yaitu hubungan antara pemberi jasa dengan pelanggan tinggi. Pelanggan dan penyedia jasa terus berinteraksi selama proses pemberian jasa berlangsung. Dengan kata lain, untuk menerima jasa, pelanggan harus menjadi bagian dari sistem jasa tersebut; dan
4. Hubungan dengan pelanggan berdasarkan hubungan keanggotaan (*member relationship*) di mana pelanggan telah menjadi anggota lembaga pendidikan tertentu. Sistem pemberian jasanya dilakukan secara terus-menerus dan teratur sesuai kurikulum yang sudah diterapkan.

Karakteristik Perguruan Tinggi pada dasarnya mengarah pada mutu pengelolaan pengembangan Sumber Daya Manusia dalam hal ini mahasiswa sebagai pelanggan utama untuk mendapatkan jasa yang diinginkan.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif analisis yaitu metode penelitian yang menggambarkan suatu kejadian atau peristiwa berdasarkan data dan fakta yang ada pada saat penelitian berlangsung, kemudian data yang diperoleh dikumpulkan, diolah, dianalisis dan dapat menarik suatu kesimpulan

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1. Tempat Penelitian

Adapun tempat penelitian adalah Perguruan Tinggi Swasta Institut Sains dan Teknologi TD Pardede yang beralamat di Jalan DR. TD. Pardede No. 8, Kecamatan Medan Baru, Medan Sumatera Utara 20153 Indonesia.

3.2.2. Waktu Penelitian

Sedangkan waktu penelitian direncanakan dimulai pada bulan Juli sampai bulan Agustus 2016.

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2010), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa ISTP Medan berjumlah 100 (seratus) orang. Yang diambil secara random dengan rincian masing-masing :

Tabel 3.1 Populasi Mahasiswa Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede

No	Program Studi	Populasi (Orang)
1.	Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan	50
2.	Fakultas Teknik Industri	25
3.	Fakultas Teknik Mineral	25
Jumlah (Orang)		100

Sumber : Biro Kemahasiswaan ISTP Medan 2016

3.4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data dilakukan dengan cara ;

- a. Wawancara (*interview*) secara langsung untuk memperoleh data yang diperlukan kepada pimpinan ISTP dan staf serta mahasiswa.
- b. Pengamatan langsung (*observation*) dilakukan pada saat melakukan survey pendahuluan sampai pada saat melakukan pengumpulan data.
- c. Daftar pertanyaan (*questioner*) yang diberikan kepada mahasiswa ISTP sebagai responden penelitian.
- d. Dokumentasi pendukung lain yang diperoleh dengan mengumpulkan data berupa angka ataupun kalimat hasil konsultasi dan wawancara yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede (ISTP)

Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede atau yang disingkat dengan ISTP merupakan salah satu

institusi pendidikan tinggi bagi masyarakat Sumatera Utara.

Setelah diadakan evaluasi pada tahun 1989 terhadap ITP, pada tanggal 19 Juli 1989 keluar SK.Mendikbud RI No.0452/0/1989, yang memberikan status Terdaftar kepada seluruh jurusan kecuali TMI. Dan nama Institut Teknologi TD Pardede (ITP) Berubah menjadi INSTITUT SAINS DAN TEKNOLOGI T.D. PARDEDE (ISTP) yang terdiri dari 3 Fakultas sebagai berikut:

- a. Fakultas Teknologi Industri, Jurusan Teknik dan Manajemen Industri, Program Studi Mesin Tekstil, Program studi Teknologi Tekstil, Program Studi Manajemen Perusahaan Tekstil, status Disamakan. Dan program Studi Pangan dan Gizi, Jurusan Teknik Informatika, Program Studi Teknik Informatika, Jurusan Teknik Elektro, Program Studi Teknik Elektro status Terdaftar.
- b. Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Jurusan Teknik Arsitektur, dan Jurusan Teknik Planologi

- c. Fakultas Teknologi Mineral, Jurusan Teknik Pertambangan dan Jurusan Teknik Geologi status Terdaftar.

ISTP dibawah kepemimpinan Ketua Umum Yayasan Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede “Bahen ma na denggan asa sude marparsahulihonsa” (lakukanlah yang terbaik agar semua orang dapat merasakan manfaatnya) mengadakan kerja sama dibidang pengajaran, penelitian dan pengabdian pada masyarakat dengan Institut Teknologi Bandung (ITP), No Surat : 674/KS/PT07.H/U/1992. Dalam pelaksanaannya, ITB mengirimkan sebelas orang staf pengajarnya sebagai tenaga pengajar tetap di ISTP, Dan ITP memberi kesempatan kepada mahasiswa ISTP kuliah di ITB sebagai mahasiswa titipan.

4.2. Penjelasan responden terhadap Promosi

Penjelasan responden terhadap promosi dapat dilihat pada table-tabel dibawah ini sebagai pernyataan responden dari hasil kuestioner :

Tabel 4.1 Penjelasan Responden terhadap Promosi

No.	Indikator	Kategori					Total (%)
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju	
1.	Pengetahuan Umum tentang ISTP	5	10	18	49	18	100
2.	Rekan yang alumni	3	20	6	50	21	100
3	Berita Surat Kabar/ Radio/ TV/ Brosur	9	25	7	44	15	100
4.	Orangtua yang alumni	14	38	6	31	11	100
5.	Pameran	12	30	6	36	15	100
6.	Penjelasan langsung	12	21	14	44	9	100
7	Pertandingan antar sekolah	13	27	9	37	14	100
8	Seminar di ISTP	13	22	7	46	12	100
9.	Browsing internet	9	33	11	34	13	100
10.	Reklame	9	25	12	46	8	100

Sumber : Biro Kemahasiswaan ISTP Medan 2016

Dari Tabel dapat dijelaskan bahwa hampir seluruh mahasiswa merespon dengan baik terhadap pelaksanaan kegiatan promosi di ISTP, dilihat dari persentase jawaban questioner yang setuju.

4.3.1. Penjelasan responden terhadap Sarana Fisik

Penjelasan responden terhadap sarana fisik dapat dilihat pada table-tabel dibawah ini sebagai pernyataan responden dari hasil kuestioner :

Tabel 4.2 Penjelasan Responden terhadap Sarana Fisik

No.	Indikator	Kategori					Total (%)
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju	
1.	Kondisi Gedung	3	16	19	37	25	100
2.	Studio Kerja/ Bengkel	7	34	16	26	17	100
3	Fasilitas Laboratorium	6	32	28	20	14	100
4.	Fasilitas Perpustakaan	4	42	24	20	10	100
5.	Lapangan Olahraga	3	14	22	37	24	100

6.	Kafetaria/ Kantin	4	29	21	26	20	100
7	Tempat Ibadah	13	41	13	24	9	100
8	Gedung Pertemuan	4	15	19	42	20	100
9.	Fasilitas Lap. Parkir	3	14	8	45	30	100
10.	Wifi/ Internet	14	30	17	25	14	100

Dari Tabel dapat dijelaskan bahwa hampir seluruh mahasiswa merespon tidak setuju kepada sarana fisik antara lain terhadap studio kerja (34%), Fasilitas Laboratorium (32%), Fasilitas perpustakaan (42%), dan tempat ibadah (41%). Sedangkan untuk ketersediaan Gedung pertemuan mendapat respon setuju (42%) dan Fasilitas lapangan parkir mendapat respon setuju (45%)

4.3.2. Penjelasan responden terhadap Keputusan Memilih

Penjelasan responden terhadap promosi dapat dilihat pada table-table dibawah ini sebagai pernyataan responden dari hasil kuestioner :

Tabel 4.3 Penjelasan Responden terhadap Keputusan Memilih

No.	Indikator	Kategori					Total (%)
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju	
21.	Mengambil keputusan sendiri	2	17	7	25	49	100
22.	Pendapatan Orangtua	5	10	11	39	35	100
23	Latarbelakang pendidikan orangtua	9	26	11	30	24	100
24.	Orangtua yang alumni	18	36	11	21	14	100
25.	Biaya pendidikan terjangkau	4	9	9	42	36	100
26.	Keinginan mendapat kerja lebih baik	3	1	14	50	32	100
27	Berprestasi	2	9	14	40	35	100
28	Adanya ikatan alumni	3	20	17	33	27	100
29.	Sesuai dengan minat dan bakat	1	14	7	39	39	100
30.	Nama besar pendiri	13	26	20	22	19	100

Dari Tabel 4.7 dapat dijelaskan bahwa dalam mengambil keputusan memilih kuliah mahasiswa setuju mengambil keputusan itu sendiri (49%), dan menyatakan setuju untuk mempertimbangkan tingkat pendapatan orangtua (39%), mahasiswa juga setuju bahwa latar belakang pendidikan orangtua mempengaruhi mereka mengambil keputusan kuliah di ISTP (30%), dengan menyatakan setuju karena pengaruh orangtua yang alumni (36%). Mahasiswa juga setuju biaya pendidikan yang terjangkau (42%) dan keinginan untuk mendapat kerja lebih baik (50%) membuat mahasiswa kuliah di ISTP.

4.4. Pengujian Hipotesis

Hasil regresi dari data primer yang diolah dengan menggunakan SPSS versi 20.0 maka dapat dilihat pada Tabel 3.6 dan dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda dalam penelitian sebagai berikut :

$$Y = 15,557 + 0,295X_1 + 0,356X_2$$

4.4.1 Uji Parsial (t)

Uji pengaruh variable promosi dan sarana fisik secara parsial terhadap keputusan mahasiswa memilih ISTP dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 4.4 Hasil Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.557	2.558		6.083	.000
1 PROMOSI	.295	.074	.360	3.957	.000
SARANA FISIK	.356	.083	.387	4.262	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MEMILIH

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS versi 20.0 (2016)

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa pengaruh secara parsial dari variable promosi (X1) terhadap keputusan mahasiswa (Y) memiliki signifikansi (0,000), hal ini berarti lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dengan mengambil taraf signifikansi 95% maka $t_{tabel} = 1,984$, sehingga karena $t_{hitung} (3.957) >$ dari $t_{tabel} (1,984)$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variable promosi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa.

Dari hasil persamaan regresi diperoleh nilai koefisien variable promosi 0,295 adalah positif. Hal ini menunjukkan bahwa promosi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa, bahwa semakin sering dilaksanakan promosi baik melalui media iklan, seminar, pertandingan antar sekolah dan kegiatan promosi lain maka akan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan mahasiswa memilih kuliah di ISTP Medan.

Pengaruh parsial variabel sarana fisik (X2) terhadap keputusan mahasiswa (Y) memiliki nilai

signifikansi (0,000), hal ini berarti lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dengan mengambil taraf signifikansi 95% maka $t_{tabel} = 1,984$, sehingga karena $t_{hitung} (4.262) >$ dari $t_{tabel} (1,984)$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variable sarana fisik berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa.

Dari hasil persamaan regresi diperoleh nilai koefisien variable promosi 0,356 adalah positif. Hal ini menunjukkan bahwa sarana fisik mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa.

Berdasarkan nilai *understandardized coefficient* tiap variable pada Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih Institut Sains dan Teknologi TD. Pardebe adalah variable yang memiliki nilai *understandardized coefficient* terbesar yaitu sarana fisik (0.387)

4.4.2 Uji Serempak (F)

Pengaruh promosi dan sarana fisik terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di ISTP dapat dilihat pada Tabel

Tabel 4.9 Hasil Uji Serempak

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2115.749	2	1057.875	36.344	.000 ^b
Residual	2823.411	97	29.107		
Total	4939.160	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MEMILIH

b. Predictors: (Constant), SARANA FISIK, PROMOSI

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS versi 20.0 (2016)

Berdasarkan hasil pengujian serempak pada tabel dapat diketahui nilai F_{hitung} sebesar 36,344 dan signifikan (0,000) dimana nilai signifikansi ini lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Karena $F_{hitung} (36.34) > F_{tabel} (3,09)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini

dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen (promosi dan sarana fisik) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih ISTP Medan.

4.4.3 Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi hasil regresi dapat dilihat dari Tabel 4.8 berikut ini

Tabel 4.8 Hasil Uji Determinasi

Mode 1	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.654 ^a	.428	.417	5.39512	.428	36.344	2	97	.000

a. Predictors: (Constant), SARANA FISIK, PROMOSI

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MEMILIH

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS versi 20.0 (2016)

Nilai R Square atau koefisien determinasi yang terlihat pada Tabel 4. 8 adalah 0,428 artinya variable

keputusan mahasiswa dapat dijelaskan oleh variable promosi dan sarana fisik sebesar 42,8% sedangkan sisanya 58,2% dijelaskan oleh variable-variabel bebas lainnya yang tidak diteliti.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil persamaan regresi diperoleh nilai koefisien variable promosi 0,356 adalah positif. Hal ini menunjukkan bahwa sarana fisik mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa.
2. Berdasarkan nilai *understandardized coefficient* tiap variable pada Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede adalah variable yang memiliki nilai *understandardized coefficient* terbesar yaitu sarana fisik (0.387)
3. Hal ini berarti bahwa meskipun promosi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa, tetapi sarana fisik menjadi sangat penting bagi mahasiswa untuk mengambil keputusan memilih Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede. Dapat dikatakan Sarana Fisik menjadi salah satu sumber daya yang menjadi tolok ukur mutu perguruan tinggi bagi mahasiswa dan perlu peningkatan terus menerus seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sekarang ini.
4. Promosi merupakan sejumlah kegiatan yang bertujuan untuk mendongkrak penjualan, dilakukan melalui bauran promosi, yaitu iklan, penjualan perseorangan, hubungan masyarakat, dan promosi mulut ke mulut. Sedangkan sarana fisik merupakan penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik dalam hal ini sarana yang dimiliki oleh Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede (ISTP) Medan.
5. Melalui hasil kuesioner yang dibagikan langsung kepada 100 (seratus) mahasiswa di 3 (tiga) Fakultas yang dimiliki ISTP Medan, diketahui bahwa promosi dan sarana fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Sedang secara parsial faktor yang paling dominan dan berpengaruh langsung terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di ISTP Medan adalah sarana fisik.

5.2. Saran

1. Dari kesimpulan di atas meskipun promosi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa, tetapi perlu dilakukan peningkatan sarana fisik bagi kepentingan mahasiswa

mengambil keputusan memilih Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede.

2. Kegiatan promosi yang selama ini sudah dilakukan antara lain dengan menyebarkan brosur, mengadakan kunjungan langsung ke sekolah-sekolah, mengadakan pertandingan antar sekolah, maupun dengan kegiatan seminar dan pameran di lingkungan kampus sudah berjalan baik.
3. Diharapkan untuk masa yang akan datang dapat dilakukan juga promosi melalui media sosial yang sekarang sedang marak di kalangan mahasiswa ataupun melalui kunjungan paduan suara ke kampus atau sekolah lain.
4. Dari hasil kuesioner didapati bahwa sarana Wifi dan ketersediaan laboratorium serta bengkel kerja sebagai kebutuhan mahasiswa kiranya dapat menjadi perhatian dari pihak terkait, mengingat kebutuhan akan keduanya berkaitan erat dengan ISTP sebagai institusi teknik ternama di Medan.
5. Peningkatan sarana fisik dan perbaikan gedung pada masa-masa ke depan diharapkan dapat membuat mahasiswa memutuskan memilih kuliah di ISTP.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad, 2015, **Manajemen Pemasaran Jasa**, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Alfabeta, Bandung
- Alma, Buchari, 2009, **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**, Cetakan Kelima, Penerbit : Alfabeta, Bandung.
- Assauri, Sofjan, 2008, **Manajemen Pemasaran**, Cetakan Ketujuh, Penerbit : Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Chandra, Gregorius, 2002, **Strategi dan Program Pemasaran**, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Andi, Yogyakarta.
- Darmmesta, Basu Swastha dan Hani Handoko, 2008, **Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen**, Edisi Pertama, Cetakan Keempat, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Engel, James F., dkk. 2009, **Perilaku Konsumen**, diterjemahkan oleh Budianto, Bina Aksara, Jakarta.
- Ghozali, Imam, 2009, **Metode Riset Pemasaran**, Penerbit : Erlangga, Jakarta.

- Hurriyati, Ratih, 2005, **Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen**, Alfabeta, Bandung.
- Istijanto, 2005, **Aplikasi Praktis Riset Pemasaran**, Jakarta, Gramedia.
- Kotler, Philip, 2005, **Manajemen Pemasaran**, Jilid I, diterjemahkan oleh Benyamin Molan, Jakarta .
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gery, 2008. **Prinsip Prinsip Pemasaran** Jilid I Edisi XII, diterjemahkan oleh Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane, 2009, Marshall, Greg W dan Mark W. Jhonston, 2010, **Marketing Management**, New York. McGraw-Hill.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, 2009, **Manajemen Pemasaran Jasa**, Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Muhammad, Adam, 2015, **Manajemen Pemasaran Jasa**, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit Alfabeta, Bandung
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2007, **Perilaku Konsumen**. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip, Jakarta
- Sugiyono, 2006, **Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif**, Alfabeta, Bandung
- Suryadi, Didih, 2011, **Promosi Efektif**, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Oryza Yogyakarta
- Suryani, Tatik, 2008, **Perilaku Konsumen**, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, 2005, **Pemasaran Jasa**, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit : Bayumedia Publishing, Malang.
- Umar Husain, 2003, **Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa**, Cetakan Pertama, Penerbit: Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Yamit, Zulian, 2002, **Manajemen Kualitas Produk dan Jasa**, Edisi Pertama, cetakan Kedua, Penerbit : Ekonisia, Yogyakarta.
- Yazid, 2008, **Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi**, Yogyakarta, Ekonisia