

---

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI UMS

**Syamsudin Baharsyah**  
*syamsudinbaharsyah865@gmail.com*  
**Nurhasan**  
**Universitas Medika Suherman**

---

### ABSTRACT

*Quality of service and promotion are two of the several factors that influence the decision of students to choose college. To prove the existence of the influence of both, this research was conducted with the aim of knowing and analyzing the quality of service and promotion simultaneously on students' decisions to choose to study at Suherman Medika University. This research was conducted at the Suherman Medika University Campus by determining the respondents, namely active students using the non-probability method with purposive sampling technique. The analysis used in this study was multivariate with multiple correlation or regression, the number of sample members in this study was taken 30 times of the number of variables studied, namely 90 respondents. The data collection method was carried out by filling out a questionnaire via Googleform. This research resulted in findings including: Service quality and promotion influenced 69.8% of student decisions to choose to study at Suherman Medika University. Based on the findings from this study, it is suggested that UMS improve and also improve the quality of service and promotion.*

*Keywords: service quality, promotion, choosing decisions.*

### ABSTRAK

Kualitas pelayanan dan promosi merupakan dua dari beberapa faktor yang mempengaruhi terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah. Untuk membuktikan adanya pengaruh dari keduanya, maka dilakukan penelitian ini dengan tujuan yaitu untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan dan promosi secara bersamaan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Universitas Medika Suherman. Penelitian ini dilakukan di kampus Universitas Medika Suherman dengan menetapkan responden yaitu mahasiswa aktif menggunakan metode *non-probability* dengan teknik *purposive sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *multivariate* dengan korelasi atau regresi berganda, serta jumlah anggota sampel pada penelitian ini diambil 30 kali dari jumlah variabel yang diteliti yakni 90 orang responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan pengisian kuesioner melalui googleform. Penelitian ini menghasilkan temuan diantaranya yaitu: Kualitas pelayanan dan promosi mempengaruhi sebesar 69,8% terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Universitas Medika Suherman. Berdasarkan hasil temuan dari penelitian tersebut, maka disarankan agar UMS memperbaiki dan juga meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi.

Kata kunci: kualitas pelayanan, promosi, keputusan memilih.

### PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pendidikan di Indonesia, khususnya perguruan tinggi dalam dasawarsa terakhir ini terus mengalami pertumbuhan secara signifikan. Dalam *website* resmi DIKTI, jumlah perguruan tinggi di Indonesia mencapai 4.259 unit dengan

rincian sebagai berikut: Akademik 1.097 unit, Politeknik 228 unit, Sekolah Tinggi 2.303 unit, Institut 122, dan Universitas 509 unit. Perguruan tinggi ini tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Walaupun jumlah terbanyak masih berada di Pulau Jawa yang mencapai 1.708 unit. Jumlah perguruan tinggi di

Indonesia mencapai 4388 perguruan tinggi. Jumlah ini lebih banyak dari perguruan tinggi di Eropa. Kemudian perkembangan tersebut mengarah kepada persaingan mutu dan kualitas. Lembaga perguruan tinggi yang profesional baik perguruan tinggi negeri maupun swasta saat ini berlomba-lomba memberikan yang terbaik kepada mahasiswa dan *stakeholder*, dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan terukur, strategi promosi yang tepat dan menarik, sehingga perolehan jumlah mahasiswa baru dari waktu ke waktu jumlahnya terus meningkat.

Universitas Medika Suherman (UMS) merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang ada di wilayah Cikarang Utara, Bekasi, Jawa Barat. Sebagai inisiator berdirinya UMS yakni drg. Agustinus Suherman Widyatomo. UMS mulai berdiri pada tahun 2005 dengan nama Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan (STIKes) Medika Cikarang. Program studi yang berjalan pada saat itu baru 2 yakni Program Studi Strata 1 Keperawatan dan Diploma III Kebidanan. Seiring berjalannya waktu, pada tahun 2018 UMS dari yang semula STIKes Medika Cikarang beralih bentuk menjadi institut dengan nama Institut Medika Drg. Suherman (IMDS). Kemudian pada tahun 2021 IMDS beralih bentuk kembali menjadi sebuah Universitas dengan nama Universitas Medika Suherman.

Kualitas pelayanan yang baik yang dilakukan oleh Universitas Medika Suherman, perlu ditunjang dengan kegiatan promosi yang menarik guna merangsang minat calon mahasiswa. Kegiatan promosi ini dilakukan untuk memasarkan Universitas Medika Suherman sebagai lembaga pendidikan agar dapat lebih dikenal oleh publik. Biasanya promosi dilakukan dengan merangsang dan menyebarkan informasi tentang kehadiran, ketersediaan, ciri-ciri, kondisi produk/jasa, dan manfaat atau kegunaan dari produk/jasa yang dihasilkan. Menurut Kotler dan Keller (2018) memberikan pendapat bahwa promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan

untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), dan mengingatkan (*to remind*) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga. Sedangkan Promosi menurut Tamba *et al.*, (2020) menyatakan bahwa promosi itu adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan setiap orang atau organisasi kepada tindakan yang dapat menciptakan pertukaran dalam kegiatan pemasaran.

Dengan peristiwa yang dijelaskan di atas maka kualitas pelayanan dan promosi dari sebuah institusi perguruan tinggi bisa menjadi salah satu dari sekian banyak indikator yang sekiranya dapat menjawab dan mengatasi persoalan bagi institusi perguruan tinggi dalam upayanya mendapatkan jumlah mahasiswa yang sesuai dengan yang diinginkan sehingga keberlangsungan dari sebuah institusi perguruan tinggi bisa terus berjalan mulus.

Dengan demikian berdasarkan uraian yang dikemukakan diatas, maka peneliti dalam hal ini merasa tertarik untuk melakukan suatu kegiatan penelitian dengan mengangkat topik yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Universitas Medika Suherman". Tujuan dari kegiatan penelitian ini pertama untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Universitas Medika Suherman, kedua untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Universitas Medika Suherman dan ketiga untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Universitas Medika Suherman.

## TINJAUAN TEORITIS

### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Arianto (2018) dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi

harapan pelanggan. Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan". Sedangkan menurut Tamba *et al.*, (2020) mengungkapkan bahwa "Kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan kualitas pelayanan prima. Sementara itu Syahfitri dan Kusnanto (2021) berpendapat bahwa "Kualitas pelayanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan".

Kemudian Kasmir (2017) berpendapat bahwa "Kualitas pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan". Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan, mengapa demikian?, dikarenakan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, dan kepuasan konsumen tersebut akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tersebut dilakukan dengan baik. Sementara Tjiptono (2019) mendefinisikan bahwa "Kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan".

Dari beberapa pendapat yang dikemukakan oleh para ahli diatas terkait dengan kualitas pelayanan maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah hal mutlak yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan atau instansi yang menawarkan produk barang maupun jasa, karena dengan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan maka perusahaan atau instansi dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai.

### **Promosi**

Promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. Untuk mengadakan

promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dipergunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan. Kotler dan Keller (2018) memberikan pendapat bahwa "Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), dan mengingatkan (*to remind*) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga".

Promosi menurut Dairobi *et al.*, (2022), bahwa "Promosi itu adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan setiap orang atau organisasi kepada tindakan yang dapat menciptakan pertukaran dalam pemasaran".

Sementara menurut Lupiyoadi (2016), menyatakan bahwa "Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting untuk dilaksanakan oleh organisasi atau perusahaan dalam memasarkan produk barang dan jasa". Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara organisasi atau perusahaan dan konsumen melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

### **Keputusan Memilih Kuliah**

Keputusan memilih di dalam menentukan sebuah pilihan dalam proses pengambilan keputusan sangatlah penting untuk diperhatikan, terlebih soal keputusan untuk menentukan sebuah pilihan dalam menempuh pendidikan kuliah di perguruan tinggi mengingat dampaknya begitu besar terhadap masa depan mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa.

Menurut pendapat Alma (2016), mengemukakan bahwa "Keputusan memilih adalah suatu keputusan konsumen atau pelanggan yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, *process*". Sehingga dapat membentuk

sikap pada konsumen atau pelanggan untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dipilih atau dibeli.

Selain itu Saputra *et al.*, (2018) mengemukakan pendapatnya seputar keputusan pembelian yaitu adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif yang ada sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan keputusan yang dianggap paling menguntungkan.

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa “Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen atau pelanggan yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka”.

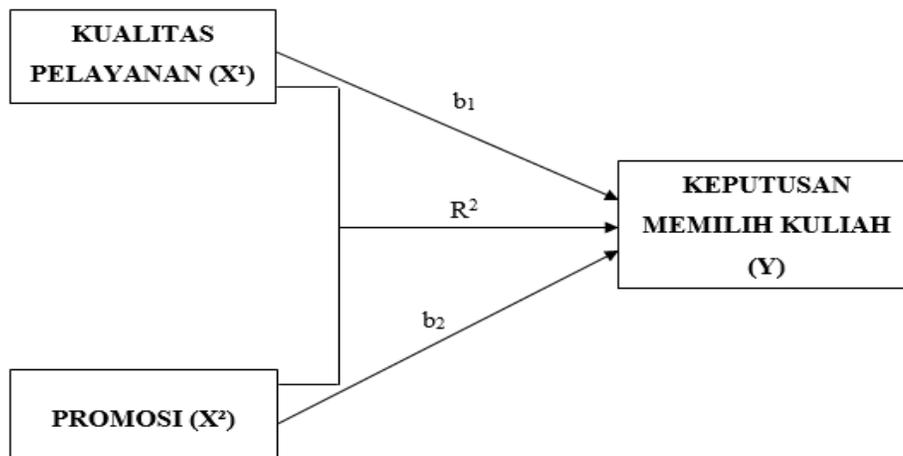
Dari beberapa definisi yang oleh para ahli kemukakan, penulis dapat menyimpulkan bahwa keputusan memilih adalah salah satu konsep dari perilaku konsumen baik secara individu, kelompok ataupun organisasi yang menetapkan suatu pilihan yang dianggap dapat memuaskan atau menguntungkan.

**Hipotesis**

Berdasarkan kajian pustaka dan rerangka konsep penelitian yang ada di dalam kegiatan penelitian ini, maka dapat dirumuskan hipotesis atau jawaban sementara antara lain sebagai berikut: (1) Diduga bahwa variabel independen (kualitas pelayanan) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (keputusan memilih) kuliah di Universitas Medika Suherman. (2) Diduga bahwa variabel independen (promosi) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (keputusan memilih) kuliah di Universitas Medika Suherman. (3) Diduga bahwa variabel independen (kualitas pelayanan dan promosi) secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (keputusan memilih) kuliah di Universitas Medika Suherman.

**Desain Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen-instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Desain penelitian disajikan pada gambar 1.



**Gambar 1**  
**Desain Penelitian**

Sumber: Data Primer diolah, 2022

## METODE PENELITIAN

### Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probabilitay* dengan teknik *purposive sampling*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan ukuran sampel menurut Sugiyono (2017) dimana analisis yang digunakan adalah *multivariate* dengan korelasi atau regresi berganda, maka jumlah anggota sampel diambil 30 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Variabel dalam penelitian ini ada 3 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel = 30 x 3 variabel = 90. Dari hasil perhitungan yang dilakukan di atas, maka dapat diperoleh jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebesar 90 orang responden yang berkuliah di Universitas Medika Suherman.

### Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2017) bahwa "Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini kuesioner penelitian yang dibagikan kepada responden yaitu dengan menggunakan teknik skala likert. Operasionalisasi variabel penelitian dapat dituangkan dalam bentuk tabel 1.

**Tabel 1**  
**Tabel Operasionalisasi variabel**

Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X <sup>1</sup> )	- Ketepatan waktu	Skala likert 1-5
	- Tanggap menerima keluhan	
	- Memenuhi kebutuhan pelanggan	
	- Kompetensi dan Komunikasi	
	- Kesopanan/sikap	

Promosi (X <sup>2</sup> )	- Menginformasikan - Mempengaruhi dan membujuk pelanggan - Mengingatkan pasar sasaran - Media dan pesan promosi - Waktu dan frekuensi promosi	Skala likert 1-5
Keputusan Memilih (Y)	- Pilihan produk - Pilihan merek - Pilihan penyalur - Jumlah pembelian - Metode pembayaran	Skala likert 1-5

Sumber: Data diolah tahun 2022

### Metode Analisis

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti di dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan deskriptif analisis yang memiliki peran mendeskripsikan data sampel atau populasi penelitian yang memberikan dan menarik suatu kesimpulan (Sugiyono, 2017). Selanjutnya untuk memperoleh dan mempercepat pada saat *input* data, *software* yang digunakan ialah SPSS versi 26.0 dalam menguji validitas dan reliabilitas serta regresi linier berganda yang digunakan dalam mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

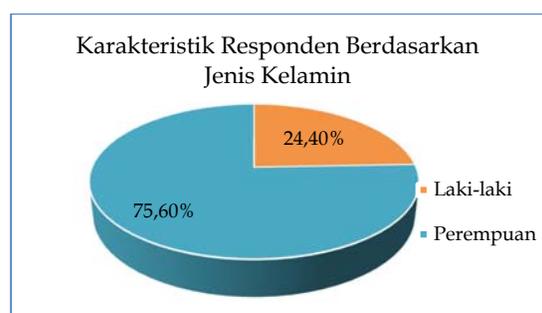
## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Jumlah responden yang ditetapkan oleh peneliti di dalam penelitian ini yaitu sebanyak 90 orang mahasiswa UMS yang ditetapkan secara acak. Data-data tersebut merupakan data pokok dimana analisisnya ditunjang oleh data-data sekunder, yang kemudian analisisnya didapatkan dari hasil observasi di lapangan, dan beberapa sumber pustaka dalam rangka untuk memperkuat serta memperdalam hasil analisis. Data-data yang diperoleh peneliti dari hasil kuesioner

yang dibagikan terdiri dari 2 macam, yaitu data responden dan data penelitian. Data responden adalah seluruh identitas responden yang dipandang relevan dengan permasalahan yang diidentifikasi. Sedangkan data penelitian adalah sejumlah skor atau nilai yang diperoleh dari seluruh jawaban responden atas pertanyaan ataupun pernyataan pada kuesioner mengenai variabel penelitian, yaitu variabel independen yakni kualitas pelayanan ( $X^1$ ) dan promosi ( $X^2$ ) terhadap variabel dependen yakni keputusan memilih (Y). Variabel-variabel tersebut dilakukan analisis dengan menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi linier sederhana.

Data-data responden yang diperoleh melalui kuesioner, dilakukan analisis secara deskriptif. Kemudian data yang lain, yakni dari studi pustaka akan digunakan peneliti sebagai data sekunder untuk melengkapi dan mendukung data primer. Analisis data deskriptif tersebut bertujuan untuk melengkapi dan mendukung data primer. Kemudian analisis data deskriptif juga bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai objek penelitian berdasarkan data dan variabel yang telah diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti. Berikut ini adalah karakteristik responden yang ditunjukkan pada gambar 2.



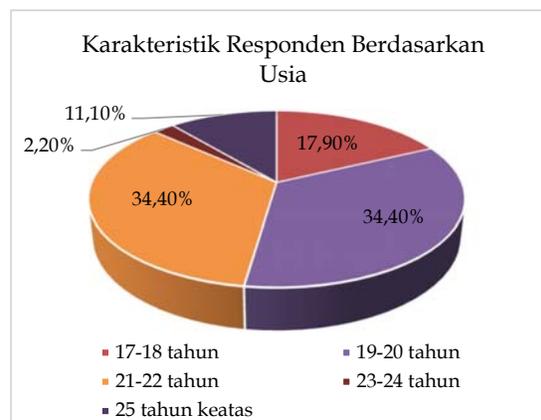
**Gambar 2**  
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan gambar 2, yaitu bahwa karakteristik responden yang berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dengan jumlah 22 responden atau sebesar 24,40% berjenis kela-

min Laki-laki dan sejumlah 68 responden atau sebesar 75,60%, berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden yang diteliti adalah berjenis kelamin perempuan yaitu sebesar 75,60%.

Berdasarkan gambar 3, yaitu tentang karakteristik responden yang berdasarkan kepada usia, diketahui bahwa responden yang berusia 17-18 tahun sebanyak 16 responden atau sebesar 17,90%, kemudian responden yang berusia 19-20 tahun sebanyak 31 responden atau sebesar 34,40%, dan menempati posisi yang sama yakni responden yang berusia 21-22 tahun sebanyak 31 responden atau sebesar 34,40%, kemudian responden yang berusia 23-24 tahun sebanyak 2 responden atau sebesar 2,20%, dan responden yang berusia 25 tahun keatas sebanyak 10 responden atau sebesar 11,10%, diketahui bahwa usia 19-20 tahun dan 21-22 tahun, diantara semua jumlah responden yang diteliti, merupakan yang paling mendominasi yaitu dengan jumlah responden masing-masing sebanyak 31 responden atau masing-masing sebesar 34,40%.

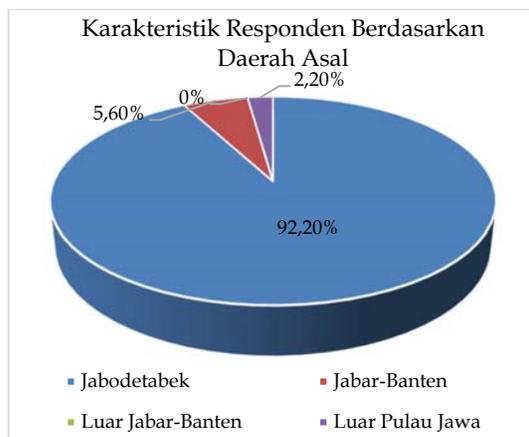


**Gambar 3**  
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan gambar 4 yaitu, karakteristik responden yang berdasarkan dari daerah asal responden, telah diketahui bahwa responden yang berasal dari daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi

(Jabodetabek) sebanyak 83 responden atau sebesar 92,20%, kemudian berikutnya responden yang berasal dari daerah Jabar-Banten yakni sebanyak 5 responden atau sebesar 5,60%, kemudian berikutnya responden yang berasal dari daerah Luar Jabar-Banten yakni sebanyak 0 responden atau sebesar 0%, kemudian responden yang berasal dari luar Pulau Jawa yakni sebanyak 2 responden atau sebesar 2,20%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa mahasiswi Universitas Medika Suherman berdasarkan data responden yang diteliti yaitu berasal dari daerah Jabodetabek yakni sebanyak 83 responden atau sebesar 92,20%.



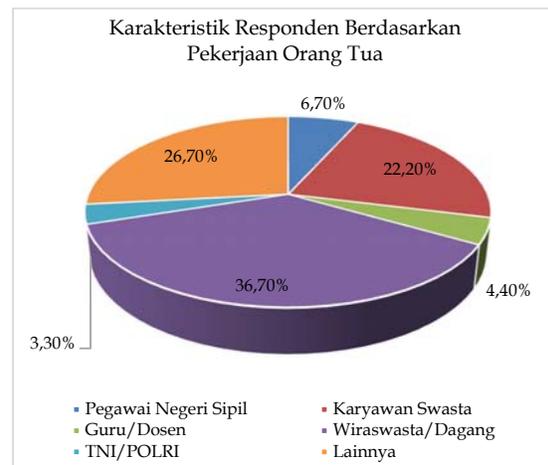
**Gambar 4**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal**

Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan gambar 5 yaitu, karakteristik responden yang berdasarkan kepada pekerjaan orang tua responden, telah diketahui bahwa responden dengan pekerjaan orang tua sebagai Pegawai Negeri Sipil yakni sebanyak 6 responden atau sebesar 6,70%, kemudian berikutnya adalah responden dengan pekerjaan orang tua sebagai Karyawan Swasta, yakni sebanyak 20 responden atau sebesar 22,20%, kemudian berikutnya adalah responden dengan pekerjaan orang tua sebagai Guru atau Dosen, yakni sebanyak 4 responden atau sebesar 4,40%, kemudian berikutnya adalah responden dengan

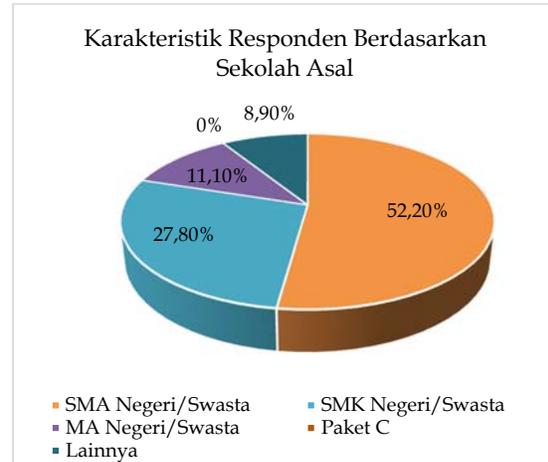
pekerjaan orang tua sebagai Wiraswasta atau Dagang, yakni sebanyak 33 responden atau sebesar 36,70%, selanjutnya adalah responden dengan pekerjaan orang tua sebagai TNI/POLRI, yakni sebanyak 3 responden atau sebesar 3,30%, berikutnya adalah responden dengan pekerjaan orang tua sebagai lainnya, yakni sebanyak 24 responden atau sebesar 26,70%.



**Gambar 5**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua**

Sumber: Data diolah tahun 2022



**Gambar 6**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Sekolah Asal**

Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan gambar 6, yaitu karakteristik responden berdasarkan sekolah asal responden, telah diketahui bahwa responden

yang bersekolah asal dari sekolah SMA Negeri/Swasta yakni sebanyak 47 responden atau sebesar 52,20%, kemudian berikutnya adalah responden yang bersekolah asal dari sekolah SMK Negeri/Swasta yakni sebanyak 25 responden atau sebesar 27,80%, kemudian berikutnya adalah responden yang bersekolah asal dari sekolah MA Negeri/Swasta yakni sebanyak 10 responden atau sebesar 11,10%, kemudian selanjutnya adalah responden yang bersekolah asal dari sekolah Paket C yakni sebanyak 0 responden atau sebesar 0%, berikutnya adalah responden yang bersekolah asal dari sekolah lainnya yakni sebanyak 8 responden atau sebesar 8,90%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa mahasiswi Universitas Medika Suherman berdasarkan data responden yang diteliti yaitu responden yang bersekolah asal dari sekolah SMA Negeri/Swasta yakni sebanyak 47 responden atau sebesar 52,20%.

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya kuesioner penelitian. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid (handal) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner tersebut adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji validitas ini bisa dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan nilai *r* tabel. Nilai *r* hitung diambil dari *output SPSS* pada kolom *Corelated Item-Total Correlation*. Sedangkan nilai *r* tabel diambil dengan menggunakan rumus  $df = n - 2$  (Ghozali, 2016). Yaitu  $df = 90 - 2 = 88$ , dengan distribusi signifikansi uji dua arah 5% sehingga menghasilkan nilai *r* tabel sebesar 0.2072. Hasil Uji Validitas Variabel disajikan pada tabel 2.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas Variabel**

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<b>Kualitas Pelayanan (X<sup>1</sup>)</b>	1	0.817	0.2072	Valid
	2	0.839	0.2072	Valid
	3	0.644	0.2072	Valid
	4	0.674	0.2072	Valid
	5	0.833	0.2072	Valid
	6	0.821	0.2072	Valid
	7	0.759	0.2072	Valid
<b>Promosi (X<sup>2</sup>)</b>	1	0.407	0.2072	Valid
	2	0.539	0.2072	Valid
	3	0.612	0.2072	Valid
	4	0.687	0.2072	Valid
	5	0.351	0.2072	Valid
	6	0.697	0.2072	Valid
	7	0.570	0.2072	Valid
<b>Keputusan Memilih Kuliah (Y)</b>	1	0.731	0.2072	Valid
	2	0.886	0.2072	Valid
	3	0.751	0.2072	Valid
	4	0.756	0.2072	Valid
	5	0.821	0.2072	Valid
	6	0.578	0.2072	Valid
	7	0.804	0.2072	Valid

Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil uji validitas variabel independen dan dependen yang dilakukan menunjukkan bahwa semua nilai korelasi untuk semua pertanyaan atau pernyataan kuesioner yaitu nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel sebesar 0.2072. Dengan demikian semua pertanyaan atau pernyataan tersebut dinyatakan valid.

**Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan terhadap keseluruhan butir pernyataan yang mengukur variabel telah valid seluruhnya. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach’s Alpha*, yaitu dengan melihat nilai *Cronbach’s Alpha*, pada tabel *reliability analysis* dimana reliabilitas dapat terpenuhi manakala nilai *Cronbach’s Alpha*  $>$  0,600.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, pada tabel 3 diketahui bahwa nilai *Cronbach’s Alpha* dari hasil perhitungan uji reliabilitas diatas yakni nilainya lebih besar dari 0.600, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian pada variabel  $X^1$ ,  $X^2$  dan  $Y$  dapat dinyatakan *reliabel* sehingga dapat digunakan sebagai variable penelitian.

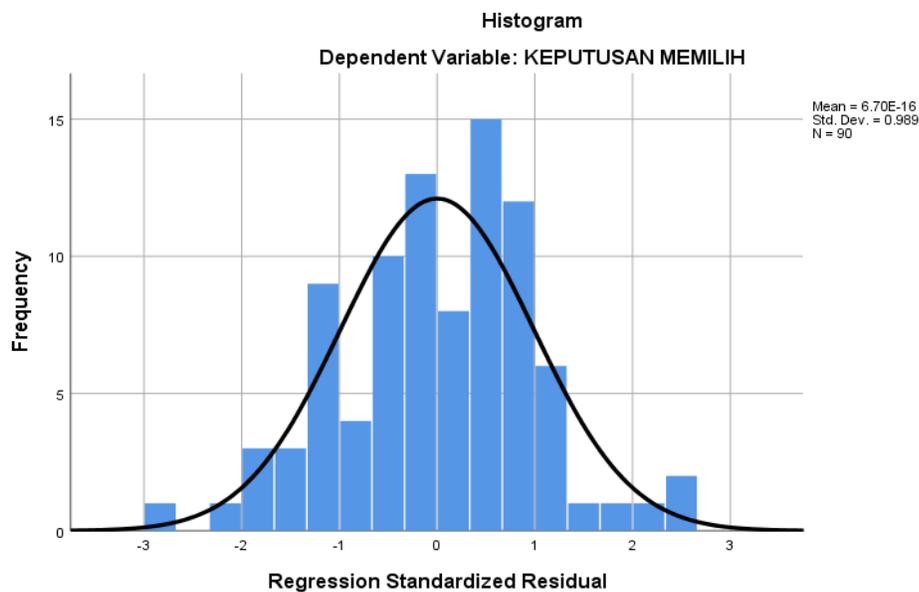
**Uji Normalitas: Histogram**

Uji normalitas dengan Histogram adalah menguji normalitas variabel data penelitian secara grafis, yaitu dengan cara melihat hasil *output* dari distribusi data. Apabila kurva (garis lengkung) menunjukkan kondisi normal tegak, maka dapat dikatakan bahwa data yang diuji tersebut dikatakan berdistribusi normal. Hal ini sebagaimana dapat dilihat pada gambar 7.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Nilai Variabel	<i>Cronbach’s Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan ( $X^1$ )	0.923	0,600	Reliabel
Promosi ( $X^2$ )	0.808	0,600	Reliabel
Keputusan Memilih Kuliah ( $Y$ )	0.923	0,600	Reliabel

Sumber: Data diolah tahun 2022



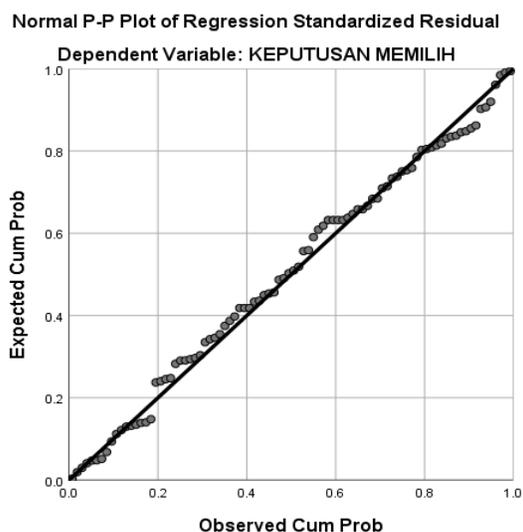
**Gambar 7**  
**Uji Normalitas Histogram**

Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan gambar 7 Histogram, dapat dilihat kurva (garis lengkung) menunjukkan kondisi normal tegak, sehingga dapat dikatakan bahwa data yang diuji tersebut dikatakan berdistribusi normal

**Uji Normalitas: Probability Plot**

Uji normalitas dengan *Probability Plot* yaitu menguji normalitas variabel data penelitian secara grafis, yaitu dengan cara melihat hasil *output* dari distribusi data. Apabila titik-titik pada grafik (bola-bola kecil) berada dekat di seputar atau mengikuti arah garis diagonal grafik, maka dapat disimpulkan bahwa data variabel yang diuji tersebut dikatakan berdistribusi normal sehingga normalitas data variabel penelitian terpenuhi. Hasil uji normalitas dengan *Probability Plot* disajikan pada gambar 8.



**Gambar 8**  
**Probability Plot**

Sumber: Data diolah tahun 2022

**Uji Multikolinieritas**

Uji ini dilakukan guna untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinearitas antar variabel independen. Interkorelasi adalah hubungan yang linear atau hubungan yang kuat antara satu variabel independen dengan variabel lainnya di dalam sebuah model regresi. Interkorelasi itu dapat dilihat

dengan nilai koefisien korelasi antara variabel bebas, nilai VIF dan *Tolerance*.

Pada tabel 4 diketahui bahwa nilai VIF untuk variabel Kualitas Pelayanan yaitu  $1.506 < 10.00$ , dan Promosi  $1.506 < 10.00$ , kemudian untuk nilai *Tolerance* variabel Kualitas Pelayanan  $0,664 > 0,2$ , dan untuk nilai *Tolerance* variabel Promosi  $0.664 > 0,2$ . Ini berarti menunjukkan bahwa data tersebut tidak terjadi multikolinieritas, dan uji Multikolinieritas terpenuhi.

**Tabel 4**  
**Tabel Hasil Uji Multikolinieritas**

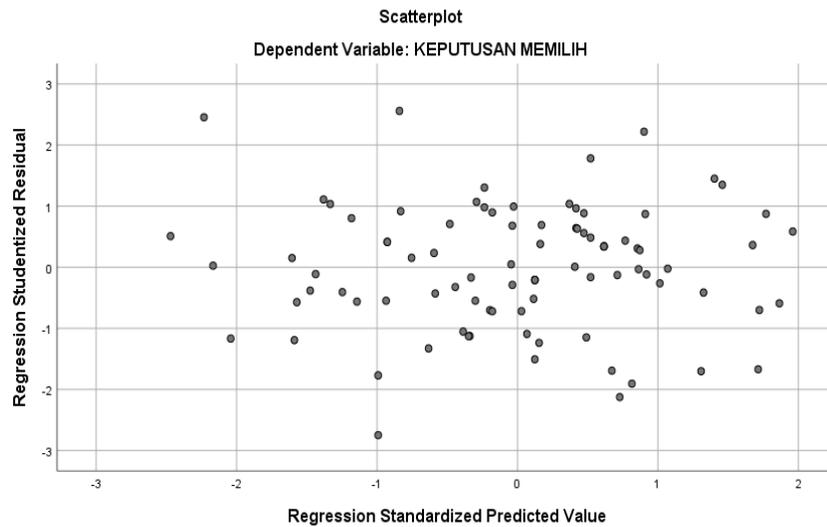
		<i>Coefficients<sup>a</sup></i>	
<b>Model</b>		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<b>VIF</b>
1	Kualitas Pelayanan	.664	1.506
	Promosi	.664	1.506

a. *Dependent Variable: Keputusan Memilih*  
Sumber: Data diolah tahun 2022

**Uji Heteroskedastisitas**

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Berdasarkan gambar 9 dapat dijelaskan bahwa terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka dengan demikian tidak terjadi Heteroskedastisitas.



**Gambar 9**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Data diolah tahun 2022

**Tabel 5**  
**Tabel Uji Analisis Autokorelasi**

<i>Model Summary<sup>b</sup></i>						
<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>	<b>Durbin-Watson</b>	
1	.835 <sup>a</sup>	.698	.691	3.11369	1.808	

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN MEMILIH

Sumber: Data diolah tahun 2022

**Uji Analisis Autokorelasi**

Uji autokorelasi ini dilakukan adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu suatu observasi dengan kesalahan lainnya. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi.

Untuk mengetahuinya dengan cara membandingkan nilai D-W dengan nilai d dari tabel DurbinWatson: (1) Jika  $1.21 < D-W < 1.65$  berarti tidak dapat disimpulkan atau pada data tersebut terdapat autokorelasi. (2) Jika  $2.35 < D-W < 2.79$  berarti tidak dapat disimpulkan atau pada data tersebut terdapat autokorelasi. (3) Jika  $1.65 < D-W < 2.35$  berarti tidak dapat disimpulkan atau pada data tersebut terdapat autokorelasi. (4) Jika  $D-W < 1.21$  dan  $D-W > 2.79$

berarti dapat disimpulkan atau pada data tersebut terdapat autokorelasi.

Berdasarkan data yang disajikan oleh tabel 5, diketahui bahwa, nilai D-W dapat diketahui sebesar 1,808. Maka dengan demikian:  $1.65 < D-W < 2.35$  atau  $1.65 < 1.808 < 2.35$ , berarti tidak dapat disimpulkan atau pada data tersebut tidak terdapat autokorelasi.

**Uji Hipotesis**

**Uji t**

Uji ini digunakan untuk menguji signifikansi atas pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis secara parsial ini, bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 5%

(0,05) dan *degree of freedom* (df) untuk menguji pengaruh  $df = n - 2$ , dapat dilihat nilai dari t tabel untuk menguji dua pihak, selanjutnya dapat ditetapkan nilai t hitung.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan diketahui bahwa Nilai t hitung pada tabel 6 dari variabel kualitas pelayanan yakni 10,116 dengan nilai Sig. 0,000 sehingga  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $10,116 > 1,662$ ) dan nilai Sig  $<$  nilai probabilitas ( $0,000 < 0,05$ ) Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan memilih kuliah. Kemudian nilai t hitung dari variabel promosi yang diperoleh yakni sebesar 2.226 dengan nilai Sig. 0,029 sehingga  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $2,226 > 1,662$ ) dan nilai Sig  $<$  nilai probabilitas ( $0,029 < 0,05$ ), nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan memilih kuliah. Kemudian

nilai F hitung yaitu 100,470 sehingga F hitung  $>$  F tabel ( $100,470 > 3,100$ ) dan nilai Sig sebesar  $0,000 < 0,05$ , ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel keputusan memilih.

**Uji F**

Hasil uji F-test digunakan oleh peneliti, untuk menguji pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan dan Promosi) secara Bersama-sama variabel dependen (keputusan memilih) atau menjelaskan kemampuan variabel independen secara bersama-sama (simultan) dalam menerangkan variabel dependen. Pengaruh tersebut sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien determinasi ganda sehingga hipotesis statistik yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini dapat dirumuskan seperti pada tabel 7.

**Tabel 6**  
**Tabel Uji t**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.903	2.177		.415	.679		
Kualitas Pelayanan	.708	.070	.732	10.116	.000	.664	1.506
Promosi	.223	.100	.161	2.226	.029	.664	1.506

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih  
Sumber: Data diolah tahun 2022

**Tabel 7**  
**Tabel Uji f**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1948.128	2	974.064	100.470	.000 <sup>b</sup>
	Residual	843.472	87	9.695		
	Total	2791.600	89			

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih  
b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan  
Sumber: Data diolah tahun 2022

**Tabel 8**  
**Tabel Model Summary Regresi Linier Ganda X<sup>1</sup> dan X<sup>2</sup> terhadap Y**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>						
<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>	<b>Durbin-Watson</b>	
1	.835 <sup>a</sup>	.698	.691	3.11369	1.808	

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Memilih

Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil uji analisis data yang sudah dilakukan, maka data yang diperoleh dalam tabel 7 maka peneliti dapat menarik sebuah kesimpulan yaitu sebagai berikut: Bahwa dari hasil pengujian tersebut diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 100,470 sehingga F hitung > F tabel (100,470 > 3,100) dan nilai Sig sebesar 0,000 < 0,05, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel keputusan memilih.

#### Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Uji Analisis Regresi Linear Berganda adalah menguji pengaruh dua variabel independen atau lebih terhadap satu variabel dependen. Hasil uji analisis regresi linear berganda disajikan pada tabel 8.

Nilai koefisien korelasi R = 0,835 dan koefisien determinasi ganda R<sup>2</sup> = 0,698. Koefisien menyatakan hubungan simultan variabel X<sup>1</sup> dan X<sup>2</sup> dengan variabel Y.

Koefisien determinasi ganda R<sup>2</sup> = 0.698 memiliki nilai probabilitas F hitung sebesar Sig F = 0.000. Karena p ≠ 0 dan probabilitas F hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian (Sig F < α yaitu 0.000 < 0.05). Dari nilai koefisien determinasi ganda tersebut di atas dapat dijelaskan bahwa sebesar 69,8% variabel keputusan memilih kuliah dipengaruhi secara bersama-sama oleh variabel kualitas pelayanan dan promosi sedangkan sisanya sebesar 30,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini.

#### Persamaan Regresi

$$Y = 0,903 + 0,708 X^1 + 0,223 X^2$$

Persamaan dari regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan atau diartikan yaitu sebagai berikut: Nilai Konstan a sebesar 0,903 signifikan karena nilai probabilitas hitung lebih rendah dari taraf uji penelitian (Sig t > α atau 0,679 > 0,05). Hal ini dapat diartikan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X<sup>1</sup>) dan Variabel Promosi (X<sup>2</sup>) tidak ada atau bernilai nol maka variabel Keputusan Memilih (Y) akan bernilai positif sebesar 903.

Pengaruh parsial variabel Kualitas Pelayanan (X<sup>1</sup>) terhadap variabel Keputusan Memilih (Y) ditunjukkan oleh koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X<sup>1</sup>) sebesar b<sup>1</sup> = 0,708. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

- Ho : b<sup>1</sup> = 0 : tidak ada pengaruh
- Ha : b<sup>1</sup> ≠ 0 : ada pengaruh

Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X<sup>1</sup>) sebesar b<sup>1</sup> = 0,708 memiliki nilai probabilitas t hitung sebesar Sig t = 0,000. Karena b<sup>1</sup> ≠ 0 dan probabilitas t hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian (Sig t < α atau 0,000 < 0,05), maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti pengaruh parsial variabel Kualitas Pelayanan (X<sup>1</sup>) terhadap variabel Keputusan Memilih (Y) signifikan. Signifikansi hasil pengujian membuktikan adanya pengaruh parsial variabel Kualitas Pelayanan (X<sup>1</sup>) terhadap variabel Keputusan Memilih (Y) yang bernilai positif. Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi variabel Kualitas Pelayanan (X<sup>1</sup>) maka semakin tinggi pula variabel Keputusan Memilih (Y).

Pengaruh parsial variabel Promosi (X<sup>2</sup>) terhadap variabel Keputusan Memilih (Y) ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar b<sup>2</sup>

= 0,223. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

- $H_0 : b^2 = 0$  : tidak ada pengaruh
- $H_a : b^2 \neq 0$  : ada pengaruh

Koefisien regresi variabel Promosi ( $X^2$ ) sebesar  $b^2 = 0,223$  memiliki nilai probabilitas  $t$  hitung sebesar  $\text{Sig } t = 0,029$ . Karena  $b^2 \neq 0$  dan probabilitas  $t$  hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian ( $\text{Sig } t < \alpha$  atau  $0,029 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti pengaruh parsial variabel Promosi ( $X^2$ ) terhadap Keputusan Memilih ( $Y$ ) signifikan. Signifikansi hasil pengujian membuktikan adanya pengaruh parsial variabel Promosi ( $X^2$ ) terhadap variabel Keputusan Memilih ( $Y$ ) yang bernilai positif. Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi variabel Promosi ( $X^2$ ) maka semakin tinggi pula variabel Keputusan Memilih ( $Y$ ).

### Pembahasan

Berdasarkan hasil uji data penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa hipotesis yang diajukan semuanya dapat diterima. Berikut ini adalah hasil pembahasannya.

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Universitas Medika Suherman

Berdasarkan uji  $t$  yang dilakukan bahwa nilai  $t$  hitung dari variabel independen (Kualitas Pelayanan) yang diperoleh yakni sebesar 10,116 dengan nilai  $\text{Sig. } 0,000$  sehingga  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $10,116 > 1,662$ ) dan nilai  $\text{Sig} <$  nilai probabilitas ( $0,000 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen (Kualitas Pelayanan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Keputusan Memilih).

Berdasarkan nilai koefisien korelasi  $R = 0,835$  dan koefisien determinasi ganda  $R^2 = 0,698$ . Koefisien menyatakan hubungan simultan variabel independen ( $X^1$  dan  $X^2$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Koefisien determinasi menyatakan kontribusi variabel

independen ( $X^1$  dan  $X^2$ ) dalam menerangkan variabilitas variabel dependen ( $Y$ ). Koefisien determinasi ganda  $R^2 = 0,698$  memiliki nilai probabilitas  $F$  hitung sebesar  $\text{Sig } F = 0,000$ . Karena  $\rho \neq 0$  dan probabilitas  $F$  hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian ( $\text{Sig } F < \alpha$  yaitu  $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti pengaruh variabel Kualitas Pelayanan ( $X^1$ ) dan variabel Promosi ( $X^2$ ) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel Keputusan Memilih ( $Y$ ). Dari nilai koefisien determinasi ganda tersebut diatas dapat dijelaskan bahwa sebesar 69,8% variabel Keputusan Memilih ( $Y$ ) dipengaruhi secara bersama-sama (simultan) oleh variabel Kualitas Pelayanan ( $X^1$ ) dan variabel Promosi ( $X^2$ ). Sedangkan sisanya sebesar 30,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk kedalam penelitian ini seperti faktor biaya kuliah, fasilitas kuliah, kualitas tenaga pengajar, dan lain-lain.

Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan ( $X^1$ ) sebesar  $b^1 = 0,708$  memiliki nilai probabilitas  $t$  hitung sebesar  $\text{Sig } t = 0,000$ . Karena  $b^1 \neq 0$  dan probabilitas  $t$  hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian ( $\text{Sig } t < \alpha$  atau  $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti pengaruh parsial variabel Kualitas Pelayanan ( $X^1$ ) terhadap variabel Keputusan Memilih ( $Y$ ) signifikan. Signifikansi hasil pengujian membuktikan adanya pengaruh parsial variabel Kualitas Pelayanan ( $X^1$ ) terhadap variabel Keputusan Memilih ( $Y$ ) yang bernilai positif. Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi variabel Kualitas Pelayanan ( $X^1$ ) maka semakin tinggi pula variabel Keputusan Memilih ( $Y$ ).

### Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Universitas Medika Suherman

Berdasarkan uji  $t$  yang dilakukan bahwa nilai  $t$  hitung dari variabel independen (Promosi) yang diperoleh yakni sebesar 2,226 dengan nilai  $\text{Sig. } 0,029$  sehingga  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,226 > 1,662$ ) dan nilai  $\text{Sig} <$  nilai probabilitas ( $0,029 < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Nilai tersebut

menunjukkan bahwa variabel independen (Promosi) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Keputusan Memilih).

Berdasarkan nilai koefisien korelasi  $R = 0,835$  dan koefisien determinasi ganda  $R^2 = 0,698$ . Koefisien menyatakan hubungan simultan variabel independen ( $X^1$  dan  $X^2$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Koefisien determinasi menyatakan kontribusi variabel independen ( $X^1$  dan  $X^2$ ) dalam menerangkan variabilitas variabel dependen ( $Y$ ). Koefisien determinasi ganda  $R^2 = 0.698$  memiliki nilai probabilitas  $F$  hitung sebesar  $\text{Sig } F = 0.000$ . Karena  $\rho \neq 0$  dan probabilitas  $F$  hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian ( $\text{Sig } F < \alpha$  yaitu  $0.000 < 0.05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti pengaruh variabel Kualitas Pelayanan ( $X^1$ ) dan variabel Promosi ( $X^2$ ) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel Keputusan Memilih ( $Y$ ). Dari nilai koefisien determinasi ganda tersebut diatas dapat dijelaskan bahwa sebesar 69,8% variabel Keputusan Memilih ( $Y$ ) dipengaruhi secara bersama-sama (simultan) oleh variabel Kualitas Pelayanan ( $X^1$ ) dan variabel Promosi ( $X^2$ ). Sedangkan sisanya sebesar 30,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk kedalam penelitian ini seperti faktor biaya kuliah, fasilitas kuliah, kualitas tenaga pengajar, dan lain-lain.

Koefisien regresi variabel Promosi ( $X^2$ ) sebesar  $b^2 = 0,223$  memiliki nilai probabilitas  $t$  hitung sebesar  $\text{Sig } t = 0,029$ . Karena  $b^2 \neq 0$  dan probabilitas  $t$  hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian ( $\text{Sig } t < \alpha$  atau  $0,029 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti pengaruh parsial variabel Promosi ( $X^2$ ) terhadap Keputusan Memilih ( $Y$ ) signifikan. Signifikansi hasil pengujian membuktikan adanya pengaruh parsial variabel Promosi ( $X^2$ ) terhadap variabel Keputusan Memilih ( $Y$ ) yang bernilai positif. Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi variabel Promosi ( $X^2$ ) maka semakin tinggi pula variabel Keputusan Memilih ( $Y$ ).

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Universitas Medika Suherman**

Bahwa dari hasil pengujian tersebut diatas menunjukkan bahwa nilai  $F$  hitung sebesar 100,470 sehingga  $F$  hitung  $> F$  tabel ( $100,470 > 3,100$ ) dan nilai  $\text{Sig}$  sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dari itu dapat disimpulkan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang memiliki arti bahwa variabel independen (Kualitas Pelayanan dan Promosi) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Keputusan Memilih).

Koefisien determinasi ganda  $R^2 = 0.698$  memiliki nilai probabilitas  $F$  hitung sebesar  $\text{Sig } F = 0.000$ . Karena  $\rho \neq 0$  dan probabilitas  $F$  hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian ( $\text{Sig } F < \alpha$  yaitu  $0.000 < 0.05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti pengaruh variabel Kualitas Pelayanan ( $X^1$ ) dan variabel Promosi ( $X^2$ ) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel Keputusan Memilih ( $Y$ ). Dari nilai koefisien determinasi ganda tersebut diatas dapat dijelaskan bahwa sebesar 69,8% variabel Keputusan Memilih ( $Y$ ) dipengaruhi secara bersama-sama (simultan) oleh variabel Kualitas Pelayanan ( $X^1$ ) dan variabel Promosi ( $X^2$ ). Sedangkan sisanya sebesar 30,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk kedalam penelitian ini seperti faktor biaya kuliah, fasilitas kuliah, kualitas tenaga pengajar, dan lain-lain.

Pengaruh Kualitas Pelayanan lebih dominan daripada Promosi, terbukti dari nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar  $b^1 = 0,708$  lebih besar daripada nilai koefisien regresi Promosi sebesar  $b^2 = 0,223$ . Oleh karena itu apabila Universitas Medika Suherman (UMS) ingin meningkatkan jumlah mahasiswa dan meningkatkan minat calon mahasiswa yang memilih kuliah di UMS, maka UMS harus lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanannya dengan cara membangun Gedung kampus, fasilitas kelas, fasilitas olahraga, lab praktikum sesuai dengan kebutuhan Program Studi, pengembangan pusat karir, sarana perpustakaan

berikut dengan ketersediaan bukunya, kantin dan lain-lain.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Lubis dan Hamdan (2020) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan promosi' terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di sekolah tinggi ilmu manajemen sukma medan, juga sejalan dengan penelitian Kamanda (2022) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan promosi' terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah jurusan' manajemen bisnis syariah pada institut agama islam abdullah said batam.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Setelah dilakukan analisis dan diketahui hasil dari penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Kuliah di Universitas Medika Suherman. maka peneliti melakukan pembahasan dan mengambil suatu kesimpulan atas hasil dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

Berdasarkan hasil analisis bahwa koefisien regresi dari variabel Kualitas Pelayanan ( $X^1$ ) sebesar  $b^1 = 0,708$  ini memiliki arti nilai probabilitas  $t$  hitung sebesar  $\text{Sig } t = 0,000$ . Karena  $b^1 \neq 0$  dan probabilitas  $t$  hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian ( $\text{Sig } t < \alpha$  atau  $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa pengaruh parsial, Kualitas Pelayanan ( $X^1$ ) terhadap Keputusan Memilih ( $Y$ ) signifikan. Signifikansi hasil pengujian membuktikan adanya pengaruh parsial Kualitas Pelayanan ( $X^1$ ) terhadap Keputusan Memilih ( $Y$ ) bernilai positif. Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi Kualitas Pelayanan ( $X^1$ ) maka semakin tinggi pula Keputusan Memilih ( $Y$ ).

Berdasarkan hasil analisis bahwa koefisien regresi variabel Promosi ( $X^2$ ) sebesar  $b^2 = 0,223$  memiliki nilai probabilitas  $t$  hitung sebesar  $\text{Sig } t = 0,029$ . Karena  $b^2 \neq 0$  dan probabilitas  $t$  hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian ( $\text{Sig } t < \alpha$  atau  $0,029 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa pengaruh parsial, Promosi

( $X^2$ ) terhadap Keputusan Memilih ( $Y$ ) signifikan. Signifikansi hasil pengujian membuktikan adanya pengaruh parsial Promosi ( $X^2$ ) terhadap Keputusan Memilih ( $Y$ ) yang bernilai positif. Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi Promosi ( $X^2$ ) maka semakin tinggi pula Keputusan Memilih ( $Y$ ).

Berdasarkan hasil analisis bahwa koefisien determinasi ganda  $R^2 = 0,698$  memiliki nilai probabilitas  $F$  hitung sebesar  $\text{Sig } F = 0,000$ . Karena  $\rho \neq 0$  dan probabilitas  $F$  hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian ( $\text{Sig } F < \alpha$  yaitu  $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti pengaruh variabel Kualitas Pelayanan ( $X^1$ ) dan variabel Promosi ( $X^2$ ) secara bersamaan (simultan) terhadap variabel Keputusan Memilih ( $Y$ ). Dari nilai koefisien determinasi ganda tersebut diatas dapat dijelaskan bahwa sebesar 69,8% variabel Keputusan Memilih ( $Y$ ) dipengaruhi secara bersamaan (simultan) oleh variabel Kualitas Pelayanan ( $X^1$ ) dan variabel Promosi ( $X^2$ ). Sedangkan sisanya sebesar 30,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk kedalam penelitian ini seperti faktor biaya kuliah, fasilitas kuliah, kualitas tenaga pengajar, dan lain-lain.

### Saran

Berdasarkan hasil analisis data yang dikemukakan di atas maka peneliti memberikan saran-saran yaitu sebagai berikut.

Diketahui bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan lebih dominan daripada Promosi dalam mempengaruhi keputusan memilih, hal ini terbukti dari nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar  $b^1 = 0,708$  lebih besar daripada nilai koefisien regresi Promosi sebesar  $b^2 = 0,223$ . Maka UMS harus lebih memperhatikan dan meningkatkan lagi faktor Kualitas Pelayanan kepada mahasiswa dan *stakeholder* lainnya dengan menciptakan kenyamanan dan keamanan yang baik, profesional dan terorganisir, serta *attitude* yang baik dari karyawan.

Universitas Medika Suherman (UMS) dalam upayanya meningkatkan jumlah

perolehan mahasiswa baru, maka UMS harus lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanannya lebih maksimal, dengan cara membangun gedung kampus, fasilitas kelas, fasilitas olahraga, lab praktikum sesuai dengan kebutuhan program studi, pengembangan pusat karir, sarana perpustakaan berikut dengan ketersediaan bukunya, kantin dan lain-lain.

UMS hendaknya lebih memperhatikan juga faktor promosi, walaupun jika kita lihat berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan bahwa pengaruh promosi lebih kecil nilainya bila dibandingkan dengan kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih, bukan berarti faktor promosi ini diabaikan. Dengan menerapkan strategi promosi yang tepat, kekinian dan menarik, diharapkan akan dapat meningkatkan perolehan jumlah mahasiswa baru UMS sesuai dengan target yang diharapkan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83-101.
- Dairobi, A., Sembiring, Z., dan Hutasuhut, J. (2022). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Aplikasi Lazada di Desa Sampecita Kecamatan Kutalimbaru Kabupaten Deli Serdang). *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 2(3), 324-334.
- Kamanda, S. V. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Jurusan Manajemen Bisnis Syariah pada Institut Agama Islam Abdullah Said Batam. *Jurnal AS-SAID*, 2(1), 1-6.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik* (Cetakan ke-1). Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1). Surabaya: PT Indeks.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Lubis, D. S. W., dan Hamdan. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Literasi Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 2(1), 183-191.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saputra, F. E., Susanto, S., dan Fadhilah, M. (2018). Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Konsumen Tokopedia di Kabupaten Bantul). *Journal Competency of Business*, 2(1), 41-52.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Syahfitri, M. N. dan Kusnanto, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Loyal. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 216-237.
- Tamba, I., Dabur, F., dan Ester. (2020). Kualitas Pelayanan dan Promosi Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Kuliah di STIE Bentara Persada Batam. *Ensiklopedia Sosial Review*, 2(1), 94-98.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan* (Edisi 1). Yogyakarta: CV Andi Offset.