

THE INFLUENCE OF PRICE, QUALITY OF SERVICE, AND LOCATION ON STUDENT SATISFACTION AND DECISION TO CHOOSE IBTPI DURING THE COVID19 PANDEMIC YEAR 2021

Luciana Fransisca¹, Yunia Sari², Edy Lukito³, Warnadi⁴, Wan Muhamad Kudri⁵

^{1,2,3,5}Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia, ⁴Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri

Email: Luciana.fransisca@lecturer.pelitaindonesia.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of price, service quality and location on student satisfaction and decision to study at the Pelita Indonesia Institute of Business and Technology. The population of this study were students and active students at IBT PI for the Even Semester period of the 2020/2021 Academic Year, totaling 2,353 students. Sampling in this study used the Accidental Sampling method, so that the sample in this study was 100 respondents. Methods of collecting data through questionnaires and interviews. The analysis technique in this research is Structural Equation Model (SEM) with the help of Smart Partial Least Square (PLS) 3.0 software. Based on the results obtained in this study, the price variable has a positive and significant effect on student satisfaction and decisions, service quality has a negative and insignificant effect on student satisfaction and decisions, and location has a positive and significant effect on student satisfaction and decisions.

Keywords : Price; Service Quality; Location Satisfaction; Choice Decision

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN DAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH IBTPI PADA MASA PANDEMI COVID19 TAHUN 2021

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan dan keputusan mahasiswa untuk berkuliah di Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia. Populasi dari penelitian ini merupakan mahasiswa dan mahasiswi aktif di IBT PI periode Semester Genap Tahun Akademik 2020/2021 yang berjumlah 2.353 mahasiswa. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode Accidental Sampling, sehingga sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara. Teknik analisis pada penelitian ini adalah Structural Equation Model (SEM) dengan bantuan perangkat lunak Smart Partial Least Square (PLS) 3.0. Berdasarkan hasil yang diperoleh pada penelitian ini bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan dan Keputusan Mahasiswa, Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan dan Keputusan Mahasiswa, dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan dan Keputusan Mahasiswa.

Kata Kunci: Harga; Kualitas Pelayanan; Lokasi Kepuasan; Keputusan Memilih

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan faktor penting bagi kelangsungan kehidupan bangsa dan faktor pendukung yang memegang peranan penting di seluruh sektor kehidupan. Pembangunan pendidikan merupakan salah satu prioritas utama dalam agenda pembangunan nasional. Pembangunan pendidikan sangat penting karena perannya yang signifikan dalam mencapai kemajuan di berbagai bidang kehidupan: sosial, ekonomi, politik, dan budaya. Oleh karena itu, pemerintah berkewajiban untuk memenuhi hak setiap warga negara dalam memperoleh layanan pendidikan guna meningkatkan kualitas hidup bangsa Indonesia sebagaimana diamanatkan oleh UUD 1945, yang mewajibkan pemerintah bertanggung jawab dalam mencerdaskan kehidupan bangsa dan menciptakan kesejahteraan umum. Pendidikan menjadi landasan kuat yang diperlukan untuk meraih kemajuan bangsa pada masa depan, bahkan lebih penting lagi sebagai bekal dalam menghadapi era global yang sarat dengan persaingan antarbangsa yang berlangsung sangat ketat. Dengan demikian, pendidikan menjadi syarat mutlak yang harus dipenuhi karena ia merupakan faktor determinan bagi suatu bangsa untuk bisa memenangkan kompetisi global. Pendidikan merupakan bentuk dari investasi jangka panjang artinya bahwa investasi pada bidang sumber daya manusia memang tidak segera dinikmati hasilnya. Namun pada jangka panjang diyakini manfaatnya akan dapat diperoleh yaitu dengan mempersiapkan sumber daya manusia yang berkualitas melalui saluran pendidikan berkualitas di masa depan, sudah barang tentu segenap pilar kekuatan bangsa harus melakukan investasi sebesar-besarnya untuk peningkatan kualitas dunia pendidikan.

Jumlah perguruan tinggi yang semakin meningkat dari waktu ke waktu mengakibatkan situasi persaingan antar perguruan tinggi semakin tajam terutama perguruan tinggi swasta. Ada perguruan tinggi swasta yang berbentuk universitas, institute, sekolah tinggi, akademi dan lainnya. Berdasarkan data Dirjen Pendidikan Tinggi, pada awal tahun 2016, jumlah Perguruan tinggi di Indonesia hanya 3.170 lembaga dan telah meningkat menjadi 4.574 perguruan tinggi pada tahun 2020, artinya terdapat peningkatan sebanyak 1.404 perguruan tinggi dalam waktu lima tahun. Perguruan tinggi swasta tetap mendominasi perguruan tinggi yang ada, sedangkan perguruan tinggi negeri meskipun persentasenya hanya sekitar 8 persen dari total perguruan tinggi yang ada, tetapi pertumbuhannya mencapai empat kali lipat dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Perguruan tinggi swasta meskipun jumlahnya sudah cukup banyak, juga mengalami penambahan sekitar 900 perguruan tinggi.

Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia merupakan sebuah lembaga yang bergerak di bidang pendidikan yang disahkan pada tanggal 31 oktober 2019 oleh Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) wilayah X. Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia sebelumnya merupakan penggabungan dari 2 (dua) buah Sekolah Tinggi yaitu: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Indonesia (STIE) dan Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Pelita Indonesia (STIKOM) yang masih berada dalam satu naungan yayasan pelita Indonesia. Penggabungan 2 (dua) Sekolah Tinggi tersebut menjadikan sebuah perguruan tinggi institut yang bernama Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia yang kemudian disingkat menjadi IBT PI. IBT PI adalah institut yang memiliki 2 fakultas yaitu fakultas bisnis dan fakultas ilmu komputer dimana fakultas bisnis memiliki empat program studi yaitu S2 manajemn, S1 manajemen, dan S1 akuntansi, sedangkan untuk fakultas ilmu komputer memiliki 2 program studi yaitu S1 Sistem Informasi dan S1 Teknik Informatika. IBT PI memiliki visi untuk menjadi institut bisnis dan komputer yang terdepan di Pulau Sumatera pada tahun 2025. Untuk membatu mewujudkan visi dan meningkatkan intensitas mahasiswa yang ingin bergabung di IBT PI maka Pihak IBT PI telah melakukan pembangunan Gedung Baru di Jl.Srikandi Kota Pekanbaru.

Tabel 1 menampilkan informasi mengenai data mahasiswa aktif di IBT PI selama periode 2017 hingga 2020:

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Aktif di IBTPI

PROGRAM STUDI	TAHUN				TOTAL PER PRODI
	2017	2018	2019	2020	
S2 MANAJEMEN	21	46	55	44	166
S1 MANAJEMEN	163	257	251	244	915
S1 AKUNTANSI	164	207	191	117	679
D3 AKUNTANSI	34	5	-	-	39
S1 Teknik Informatika	83	96	75	80	334
S1 Sistem Informasi	43	66	60	51	220
JUMLAH MHS	508	677	632	536	2,353

Sumber : Institut Bisnis & Teknologi Pelita Indonesia

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa mahasiswa yang berkuliah di Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia pada periode 2017 hingga 2020 cenderung mengalami penurunan. Di Tahun 2017 total jumlah keseluruhan mahasiswa yang aktif di IBT-PI yaitu sebanyak 508 orang mahasiswa, kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2018 menjadi sebanyak 677 mahasiswa namun pada periode berikutnya sampai dengan

tahun 2020 terjadi penurunan jumlah mahasiswa aktif menjadi sebanyak 536 mahasiswa. Jika dilihat dari Program Studi, S1 MANAJEMEN merupakan program studi yang paling banyak diminati dengan total akumulasi dari tahun 2017-2020 sebanyak 915 orang mahasiswa, kemudian selanjutnya di ikuti dengan S1 AKUNTANSI dengan total 679 mahasiswa, S1 Teknik Informatika (334 mahasiswa), S1 Sistem Informasi (220 mahasiswa), lalu S2 MANAJEMEN (166 mahasiswa) dan program studi yang paling sedikit peminatnya yaitu D3 AKUNTANSI dengan 39 mahasiswa di tahun 2017-2018.

Untuk melihat bagaimana kondisi sebenarnya mengenai alasan mahasiswa melakukan pengambilan Keputusan berkuliah di IBTPI, peneliti melakukan pra-survey dengan menyebarkan kuisioner melalui google form, yang terdiri dari 1 pertanyaan, yaitu “Apakah IBT Pelita Indonesia sudah memberikan kepuasan?” kepada 20 orang mahasiswa IBTPI. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan pada tanggal 28 September 2021 tersebut di dapatkan data bahwasanya 20 klien menunjukan bahwa para responden Yang merasa Sangat Puas (SP) sebanyak 5 responden, Puas (P) sebanyak 3 responden, Cukup Puas (CP) sebanyak 2 responden, Tidak Puas (TP) sebanyak 9 responden, dan Sangat Tidak Puas (STP) sebanyak 1 responden.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Mahasiswa

Kata kepuasan atau satisfaction berasal dari bahasa latin “satis”(artinya cukup baik, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu yang memadai. Menurut Lupiyoadi & Hamdani (2011), “kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima sesuai yang diharapkan”.

Menurut Tjiptono (2011), “kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara hasil yang didapat dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan”. Sedangkan menurut Tjiptono (2011), merumuskan “Kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan (acquisition) dan pemakaiannya”. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan merupakan penilaian evaluatif purnabeli yang dihasilkan dari seleksi spesifik. Dari berbagai pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa yang diterima sesuai yang diharapkan.

Keputusan Mahasiswa

Pada dasarnya keputusan pembelian ialah suatu tindakan atau perilaku konsumen jadi atau tidaknya melakukan suatu pembelian atau transaksi, banyak tidaknya jumlah konsumen dalam mengambil keputusan menjadi salah satu penentu tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan. Konsumen sering dihadapkan dengan beberapa pilihan dalam menggunakan suatu produk. Hal tersebut menyebabkan konsumen harus mempertimbangkan baik-baik sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Menurut Kotler & Keller (2012) menambahkan bahwa, proses keputusan pembelian adalah proses lima tahap yang dilewati konsumen, dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif yang dapat memecahkan masalahnya, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian yang sesungguhnya dilakukan oleh konsumen dan memiliki dampak yang lama setelah itu. Pengambilan keputusan adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Proses penilaian itu biasanya diawali dengan mengidentifikasi masalah utama yang mempengaruhi tujuan, menyusun, menganalisis, dan memilih berbagai alternatif kemudian mengambil keputusan yang dianggap paling baik, pengambilan keputusan yaitu proses pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi pencarian informasi dan seleksi dari alternatif produk, seleksi saluran distribusi dan pelaksanaan keputusan terhadap produk yang akan digunakan atau dibeli konsumen.

Price (Harga)

Menurut Monroe (2011) menyatakan bahwa harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan atau jasa Tjiptono (2011). Harga dikatakan mahal, murah atau biasa-biasa saja dari setiap individu tidaklah harus sama, karena tergantung dari persepsi individu yang dilatar belakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi individu. Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas produk/jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk/jasa tersebut, Kotler & Armstrong (2014). Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapat bagi organisasi Tjiptono (2014). Sedangkan menurut Swastha & Sukotjo (2010), harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Pelayanan

Menurut Kotler & Armstrong (2012), yang dimaksud dengan pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Keputusan Mahasiswa Memilih IBTPI pada Masa Pandemi COVID19 Tahun 2021 (Luciana Fransisca, Yunia Sari, Edy Lukito, Warnadi, dan Wan Muhammad Kudri)

kepemilikan apapun. Sementara itu definisi lain menurut Mohammad (2009), Kualitas Pelayanan adalah ukuran sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas pelayanan yang diharapkan dan kualitas pelayanan yang diterima. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan sebagai kualitas yang sangat ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas pelayanan yang buruk, Tjiptono (2008).

Lokasi

Buchari Alma (2003:103) mengemukakan bahwa "Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya". Menurut Ujang Suwarman (2004:280), "Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja". Sedangkan pengertian lokasi menurut Kasmir (2009:129) yaitu "Tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya".

Menurut Fandy Tjiptono (2002:92) "Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya."

Perumusan Hipotesis

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Mahasiswa

Hubungan antara harga dengan kepuasan mahasiswa adalah harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. semakin baik persepsi konsumen terhadap harga maka kepuasan mahasiswa akan semakin tinggi. dan apabila persepsi konsumen terhadap harga rendah maka kepuasan mahasiswa akan menurun. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang diambil dalam penelitian ini, yaitu:

H1 = Harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan mahasiswa dalam memilih kuliah di Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa

hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan mahasiswa adalah kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. semakin baik persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan maka kepuasan mahasiswa akan semakin tinggi. dan apabila persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan rendah maka kepuasan mahasiswa akan menurun. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang diambil dalam penelitian ini, yaitu:

H2 = Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa dalam memilih kuliah di Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia.

Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Mahasiswa

Hubungan antara lokasi dengan kepuasan mahasiswa adalah lokasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. semakin baik persepsi konsumen terhadap lokasi maka kepuasan mahasiswa akan semakin tinggi. dan apabila persepsi konsumen terhadap lokasi rendah maka kepuasan mahasiswa akan menurun. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang diambil dalam penelitian ini, yaitu:

H3 = Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa dalam memilih kuliah di Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia.

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Mahasiswa

Hubungan antara harga dengan keputusan mahasiswa adalah harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa. semakin baik persepsi konsumen terhadap harga maka keputusan mahasiswa akan semakin tinggi. Apabila persepsi konsumen terhadap harga rendah maka keputusan mahasiswa akan menurun. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang diambil dalam penelitian ini, yaitu:

H4 = Harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam kuliah di Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan mahasiswa adalah kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa. semakin baik persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan maka keputusan mahasiswa akan semakin tinggi. Apabila persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan rendah maka keputusan mahasiswa akan menurun. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang diambil dalam penelitian ini, yaitu:

H5 = Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam berkuliah di Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Mahasiswa

Hubungan antara lokasi dengan keputusan mahasiswa adalah lokasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa. semakin baik persepsi konsumen terhadap lokasi maka keputusan mahasiswa akan semakin tinggi. Apabila persepsi konsumen terhadap lokasi rendah maka keputusan mahasiswa akan menurun. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang diambil dalam penelitian ini, yaitu:

H6 = Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam berkuliah di Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia.

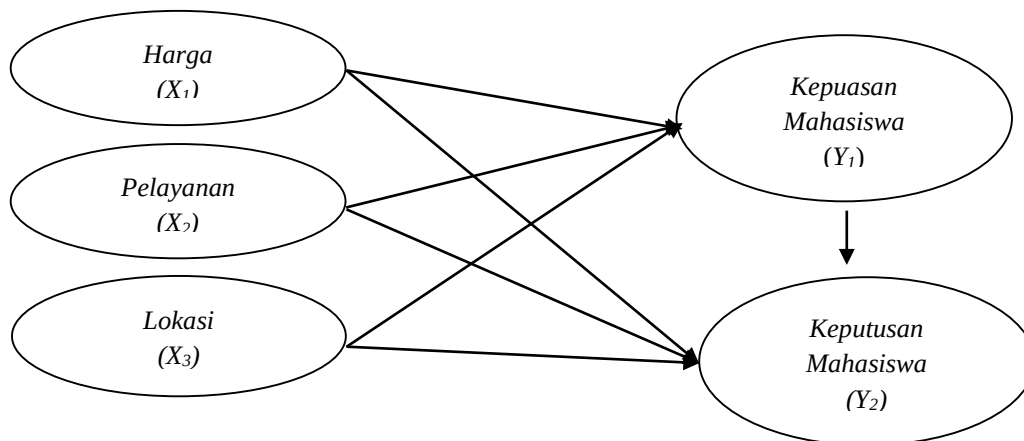
Pengaruh Kepuasan Terhadap Keputusan Mahasiswa

Hubungan antara kepuasan mahasiswa dengan keputusan mahasiswa adalah kepuasan mahasiswa memiliki pengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa. semakin baik persepsi konsumen terhadap kepuasan mahasiswa maka keputusan mahasiswa akan semakin tinggi. Apabila persepsi konsumen terhadap kepuasan mahasiswa rendah maka keputusan mahasiswa akan menurun. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang diambil dalam penelitian ini, yaitu:

H7 = Kepuasan berpengaruh positif terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam berkuliah di Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat melalui Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah mahasiswa aktif yang berkuliah di Institut Bisnis & Teknologi Pelita Indonesia yang berada di Jalan Jendral Ahmad Yani No. 78-88, Pekanbaru kampus I dan Jalan Srikandi No.1 untuk kampus II. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2021 sampai dengan selesai.

Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2015) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang akan digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi aktif di IBT Pi periode Semester Genap Tahun Akademik 2020/2021 yang berjumlah 2.353 mahasiswa. Menurut (Sugiyono, 2015) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Jumlah sampel penelitian ditentukan dari pendapat Roscoe. Dengan demikian jumlah angket yang diberikan kepada konsumen sebanyak 100 responden.

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel endogen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel eksogen. yang menjadi variabel endogen dalam penelitian ini yaitu kepuasan dan loyalitas klien. Kepuasan dan loyalitas klien merupakan hasil kerja secara

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Keputusan Mahasiswa Memilih IBTPI pada Masa Pandemi COVID19 Tahun 2021 (Luciana Fransisca, Yunia Sari, Edy Lukito, Warnadi, dan Wan Muhammad Kudri)

kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh perusahaan dalam melaksanakan pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang di harapkan klien. Tabel 2 menampilkan operasional variabel dari penelitian ini.

Tabel 2. Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Pernyataan	Sumber	Skala
Kepuasan Pelanggan	Kesesuaian Harapan	a) IBTPI menyediakan sarana dan fasilitas pembelajaran pendukung (perpustakaan maupun laboratorium) yang cukup memadai. b) IBTPI Memiliki satpam yang ramah. c) Toilet yang cukup memadai. d) Ruang perkuliahan IBTPI yang nyaman dan bersih	(Sumardy, 2014)	Interval
	Minat Berkunjung Kembali	a) Saya akan menceritakan hal-hal positif tentang IBTPI b) Saya akan melanjutkan kejenjang lebih tinggi di IBTPI		
	Kesediaan Merekomendasi	a) Saya memilih IBTPI karena mendapat dukungan dari keluarga. b) Saya memilih IBTPI karena mendapat dukungan dari teman-teman c) Saya memilih IBTPI karena mendapatkan referensi dari sekolah d) saya akan merekomendasikan kepada adik kelas saya untuk kuliah di IBTPI		
Keputusan Pembelian	Pengenalan kebutuhan	a) Kuliah Di IBT Pi Sesuai dengan kebutuhan dunia kerja b) Menurut saya, kurikulum mata kuliah yang ditawarkan IBTPI mampu mendukung karir saya ke depannya c) Saya memilih IBTPI karna keinginan saya sendiri	Tjiptono (2011)	
	Pencarian informasi	a) Saya selalu mencari beritas terupdate tentang kampus IBTPI b) Saya datang langsung kekampus untuk mencari iformasi tentang kampus		
	Evaluasi alternative yang dapat memecahkan masalahnya	a) IBTPI memiliki sosial media yang lengkap untuk mempromosikan kampusnya b) Saya memilih IBTPI karena memiliki beberapa pilihan jurusan		
	Keputusan pembelian	a) Saya memilih IBTPI untuk melanjutkan pendidikan saya b) Keputusan Saya t memilih kampus IBTPI sudah tepat		
	Perilaku pasca pembelian	a) Saya memilih IBTPI karena memiliki lingkungan yg nyaman b) Dosen pengajar yang mumpuni di bidangnya		
Harga	Keterjangkauan Harga	a) Biaya kuliah yang lebih murah dibandingkan kampus swasta lain nya	Ayu Lestari (2016)	Interval
	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	b) Terdapat beberapa biaya siswa yang ditawarkan oleh IBTPI c) Dengan biaya kuliah yang lumayan murah sudah terakreaditasi d) Kualitas pendidikan di IBT PI sesuai dengan biaya yang ditawarkan		

	Daya Saing Harga	a) Biaya kuliah dpat dibayar 2 x pembayaran b) Biaya kuliah tidak jauh berbeda dengan kampus yang lainnya		
	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	a) Saya merasa harga yang ditawarkan IBTPI memiliki kesamaan dengan kampus lain b) Harga yang diberikan IBTPI sesuai dengan maanfaat yang diberikan terhadap mahasiswa		
Kualitas Pelayanan	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	a) Interior dan eksterior FO dan BAAK ditata dengan rapi b) Ruang FO dan BAAK Tampak bersih c) System akademik yang sudah canggih	Lavelock (2010)	Interval
	Keandalan (<i>Reliability</i>)	a) Karyawan dan para staf kampus jujur dalam memberikan keterangan kepada mahasiswa b) Karyawan dan para staf kampus berusaha menghindari kesalahan pada saat melayani mahasiswa		
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	a) Karyawan, staf BAAK dan FO cepat dalam melayani kepentingan mahasiswa b) Karyawan, staf BAAK dan FO siap membantu mahasiswa bila mengalami kesulitan c) Karyawan dan para staf menjalin komunikasi yang lancer dengan mahasiswa		
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	a) Staf dan karyawan sopan dalam melayani mahasiswa b) Staf dan karyawan trampil dalam melayani mahasiswa		
	Empati (<i>Empaty</i>)	a) Staf BAAK dan FO mau memberi perhatian kepada mahasiswa b) Sataf BAAK dan FO menjamin keamanan dan kenyamanan Mahasiswa pada saat melakukan transaksi		
Lokasi	Keterjangkauan lokasi	a) Saya dapat dengan mudah menemukan lokasi kampus IBT PI	Fandy Tjiptono (2012)	Interval
	Kelancaran akses menuju lokasi.	b) Lokasi Kampus IBTPI mudah dijangkau oleh transportasi umum c) Lahan parkir yang disediakan IBTPI sudah mampu menampung volume kendaraan mahasiswa d) Lokasi IBTPI mudah jangkau meskipun dekat dengan keramaian		
	Kedekatan lokasi.	a) Lokasi kampus IBTPI berada pusat kota b) Lokasi IBTPI mudah jangkau		

Sumber : Data Olahan, 2021

Teknik Analisa Data

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum (Ghozali, 2012). Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis deskriptif dilakukan dengan

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Keputusan Mahasiswa Memilih IBTPI pada Masa Pandemi COVID19 Tahun 2021 (Luciana Fransisca, Yunia Sari, Edy Lukito, Warnadi, dan Wan Muhamad Kudri)

menggunakan statistik deskriptif yang menghasilkan nilai rata-rata, maksimum, minimum dan standar deviasi untuk mendeskripsikan variabel penelitian sehingga secara kontekstual mudah dimengerti.

Instrumen Penelitian

Adapun Indikator serta pengukuran dalam bentuk interval yang terdiri lima tingkatan jawaban yang masing-masing diberi bobot dengan pilihan jawaban yaitu (1) Jika jawaban responden Sangat Setuju diberi bobot 5, (2) Jika jawaban responden Setuju diberi bobot 4, (3) Jika jawaban responden Cukup Setuju diberi bobot 3, (4) Jika jawaban responden Tidak Setuju diberi bobot 2 dan (5) Jika jawaban responden Sangat Tidak Setuju diberi bobot 1.

Uji Kelayakan Angket

Uji *validitas* merupakan uji yang dilakukan untuk mengukur keakuratan instrumen penelitian atau angket. Angket dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan dari angket tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut. Ukuran akurasi dari angket tersebut bisa diukur dengan menggunakan koefisien korelasi. Angket yang dikatakan bagus dan valid, jika koefisien korelasinya adalah signifikan atau r hitung $> 0,3$ (Ghozali, 2016).

Uji *reliabilitas* merupakan uji angket yang dilakukan dengan maksud mengukur konsistensi jawaban responden. Uji *reliabilitas* dilakukan dengan uji statistik *Cronbach's Alpha*. Batas uji *Cronbach's Alpha* adalah $\geq 0,70$ (Ghozali, 2016) dengan kriteria sebagai berikut: (1) Jika nilai *Cronbach alpha* $> 0,70$ artinya instrumen reliable. (2) Jika nilai *Cronbach alpha* $> 0,70$ artinya instrumen tidak reliable.

Analisis Persamaan Struktural

Analisis persamaan struktural dalam penelitian ini yaitu menemukan model persamaan. Adapun tahapan analisis persamaan struktural yaitu:

Uji Model

Uji F (Uji Simultan)

Uji Simultan atau Serentak (uji F) Nilai yang digunakan untuk pengujian secara serentak adalah nilai F_{hitung} . Uji F yang signifikan menunjukkan bahwa nilai variasi variabel terikat dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas. Adapun kriteria pengujiannya yaitu (1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada α 5% maka H_0 diterima dan H_1 ditolak dan (2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada α 5% maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen yang terwujud dalam bentuk presentase. Besaran R^2 disebut sebagai koefisien determinasi dan merupakan besaran yang digunakan untuk mengukur kecocokan atau kesesuaian suatu garis regresi.

Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural

$$Y1 = \beta1X1 + \beta2X2 + \beta3X3 + e1$$

$$Y2 = \beta4X1 + \beta5X2 + \beta6X3 + \beta7Y1 + e2$$

Uji Structural Equation Modeling (SEM)

Sebelum sampai pada hasil analisis berupa *goodness of fit*, perlu dilakukan pengecekan terlebih dahulu asumsi-asumsi yang melatarbelakangi *validitas* model yang telah dibuat. Menurut Ghozali, (2016) adapun asumsi dalam SEM bisa dibagi menjadi dua bagian yaitu asumsi yang berkaitan dengan model dan asumsi yang berkaitan dengan praduga parameter dan pengujian hipotesis. Asumsi-asumsi yang berkaitan dengan pendugaan parameter dan pengujian hipotesis didalam SEM.

Measurement Model Fit

Pendekatan untuk menilai *measurement model* adalah mengukur *composite reliability* dan *variance extracted* untuk setiap konstruk. *Reliability* adalah ukuran internal *consistency* indikator suatu konstruk. Hasil *reliability* yang tinggi memberikan keyakinan bahwa indikator individu semua konsisten dengan pengukurannya. Tingkat *reliability* yang diterima secara umum adalah > 0.70 sedangkan *reliability* < 0.70 diterima untuk penelitian bersifat *eksploratori* Ghozali, (2016) *Variance extracted* merupakan ukuran *validitas*. *Validitas* adalah ukuran sampai sejauh mana semua indikator secara akurat mengukur apa yang hendak diukur. Angka yang direkomendasikan untuk *variance extracted* adalah > 0.50 (Ghozali, 2016).

SmartPLS 3.0

Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan menggunakan *software* SmartPLS 3.0 yang merupakan teknik statistika multivarian yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dengan variabel independen berganda. PLS merupakan salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode pengujian secara parsial, untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh secara terpisah dari variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan uji t. Adapun kriteria pengujiannya yaitu (1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi lebih kecil dari α 5% maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan (2) jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi lebih besar dari α 5% maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3. Karakteristik Responden

	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Pria	49	49%
	Wanita	51	51%
Usia	<25 tahun	80	80%
	26-30 tahun	11	11%
	>30 tahun	9	9%
Pekerjaan	Bekerja	49	49%
	Tidak Bekerja	51	51%
Jurusan	S1 Akuntansi	20	20%
	S1 Manajemen	20	20%
	S1 Sistem Informasi	20	20%
	S1 Teknik Informatika	20	20%
	S2 Manajemen	20	20%

Sumber : Data Olahan

Pada Tabel 3, dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden pria sebanyak 49 responden (49%), kemudian jenis kelamin wanita sebanyak 51 responden (51%), maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah wanita. Ditinjau dari usia responden yaitu : usia <25 tahun sebanyak 80 responden (80%), usia 26-30 tahun sebanyak 11 responden (11%), dan usia >30 sebanyak 9 responden (9%). maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas umur responden dalam penelitian ini adalah <25 tahun. Ditinjau dari status pekerjaan yang diambil oleh responden diketahui bahwa responden yang sudah bekerja adalah sebanyak 49 responden (49%) dan responden yang tidak bekerja sebanyak 51 responden (51%) . dan dapat kita lihat juga bahwa responden yang memilih jurusan S1 akuntansi sebanyak 20 responden dengan persentase sebesar 20%, responden yang memilih jurusan S1 manajemen sebanyak 20 responden dengan persentase sebesar 20%, sedangkan responden yang memilih jurusan S1 SI sebanyak 20 responden dengan persentase sebesar 20%. Responden yang memilih jurusan S1 TI sebanyak 20 responden, dengan persentase sebesar 20% dan responden yang memilih jurusan S2 sebanyak 20 responden, dengan persentase sebesar 20%. Dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini yaitu responden yang berasal dari seluruh jurusan yang ada pada IBTPI.

Analisis Tanggapan Responden

Berdasarkan hasil tanggapan responden variabel keputusan pembelian menunjukkan bahwa tanggapan responden tertinggi adalah dengan pernyataan “Dosen pengajar yang mumpuni di bidangnya” dengan nilai rata-rata sebesar 4,25. Tanggapan ini menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang sangat tinggi terhadap pernyataan tersebut. Sedangkan tanggapan responden yang paling rendah adalah dengan pernyataan “Saya selalu mencari berita terupdate tentang kampus IBTPI” dengan nilai rata-rata sebesar 3,72. Tanggapan ini menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang sangat tinggi terhadap pernyataan tersebut meskipun merupakan respon terendah. Secara rata-rata responden memberikan tanggapan yang tinggi terhadap pernyataan-pernyataan untuk mengukur variabel keputusan pembelian yang ada di IBTPI dengan nilai rata-rata sebesar 3,94 (Sangat Tinggi).

Berdasarkan hasil tanggapan responden variabel kepuasan mahasiswa/i menunjukkan bahwa tanggapan responden tertinggi adalah dengan pernyataan “Saya memilih IBTPI karena mendapatkan referensi dari sekolah” dengan nilai rata-rata sebesar 4,13. Tanggapan ini menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang sangat tinggi terhadap pernyataan tersebut. Sedangkan tanggapan responden yang paling rendah adalah dengan pernyataan “IBTPI Memiliki satpam yang ramah” dengan nilai rata-rata sebesar 3,83. Tanggapan ini menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang sangat tinggi terhadap pernyataan tersebut meskipun merupakan Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Keputusan Mahasiswa Memilih IBTPI pada Masa Pandemi COVID19 Tahun 2021 (Luciana Fransisca, Yunia Sari, Edy Lukito, Warnadi, dan Wan Muhammad Kudri)

respon terendah. Secara rata-rata responden memberikan anggapan yang tinggi terhadap pernyataan-pernyataan untuk mengukur variabel kepuasan mahasiswa/i yang ada di IBTPI dengan nilai rata-rata sebesar 3,98(Sangat Tinggi).

Berdasarkan hasil tanggapan responden variabel harga menunjukkan bahwa tanggapan responden tertinggi adalah dengan pernyataan “Biaya kuliah yang lebih murah dibandingkan kampus swasta lain nya” dengan nilai rata-rata sebesar 4,34. Tanggapan ini menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang sangat tinggi terhadap pernyataan tersebut. Sedangkan tanggapan responden yang paling rendah adalah dengan pernyataan “Biaya kuliah tidak jauh berbeda dengan kampus yang lainnya” dengan nilai rata-rata sebesar 4,02. Tanggapan ini menunjukkan bahwa responden memberikan anggapan yang sangat tinggi terhadap pernyataan tersebut meskipun merupakan respon terendah. Secara rata-rata responden memberikan anggapan yang tinggi terhadap pernyataan-pernyataan untuk mengukur variabel harga yang ada di IBTPI dengan nilai rata-rata sebesar 4,19 (Sangat Tinggi).

Berdasarkan hasil tanggapan responden variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa tanggapan responden tertinggi adalah dengan pernyataan “Interior dan eksterior FO dan BAAK ditata dengan rapi” dengan nilai rata-rata sebesar 3,69. Tanggapan ini menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang sangat tinggi terhadap pernyataan tersebut. Sedangkan tanggapan responden yang paling rendah adalah dengan pernyataan “Ruang FO dan BAAK Tampak bersih” dengan nilai rata-rata sebesar 3,43. Tanggapan ini menunjukkan bahwa responden memberikan anggapan yang sangat tinggi terhadap pernyataan tersebut meskipun merupakan respon terendah. Secara rata-rata responden memberikan anggapan yang tinggi terhadap pernyataan-pernyataan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan yang ada di IBTPI dengan nilai rata-rata sebesar 3,56 (Sangat Tinggi).

Berdasarkan hasil tanggapan responden variabel lokasi menunjukkan bahwa tanggapan responden tertinggi adalah dengan pernyataan “Lokasi Kampus IBTPI mudah dijangkau oleh transportasi umum” dengan nilai rata-rata sebesar 4,26. Tanggapan ini menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang sangat tinggi terhadap pernyataan tersebut. Sedangkan tanggapan responden yang paling rendah adalah dengan pernyataan “Lokasi kampus IBTPI berada pusat kota” dengan nilai rata-rata sebesar 3,82. Tanggapan ini menunjukkan bahwa responden memberikan anggapan yang sangat tinggi terhadap pernyataan tersebut meskipun merupakan respon terendah. Secara rata-rata responden memberikan anggapan yang tinggi terhadap pernyataan-pernyataan untuk mengukur variabel lokasi yang ada di IBTPI dengan nilai rata-rata sebesar 4,01 (Sangat Tinggi).

Uji Validitas Data

Tabel 4. Uji Validitas Variabel Kepuasan Mahasiswa

No	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	R-Tabel	Kesimpulan
1	y1.1.1	0.846	0.3	Valid
2	y1.1.2	0.767		Valid
3	y1.1.3	0.719		Valid
4	y1.1.4	0.82		Valid
5	y1.1.5	0.53		Valid
6	y1.1.6	0.598		Valid
7	y1.1.7	0.751		Valid
8	y1.1.8	0.713		Valid
9	y1.1.9	0.609		Valid
10	y1.1.10	0.86		Valid

Tabel 5. Uji Validitas Variabel Keputusan Mahasiswa

No	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	R-Tabel	Kesimpulan
1	y2.1.1	0.547	0.3	Valid
2	y2.1.2	0.738		Valid
3	y2.1.3	0.78		Valid
4	y2.1.4	0.803		Valid
5	y2.1.5	0.721		Valid
6	y2.1.6	0.773		Valid
7	y2.1.7	0.526		Valid
8	y2.1.8	0.554		Valid
9	y2.1.9	0.618		Valid
10	y2.1.10	0.587		Valid
11	y2.1.11	0.638		Valid

Tabel 6. Uji Validitas Variabel Harga

No	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	R-Tabel	Kesimpulan
1	x1.1.1	0.659	0.3	Valid
2	x1.1.2	0.630		Valid
3	x1.1.3	0.541		Valid
4	x1.1.4	0.661		Valid
5	x1.1.5	0.502		Valid
6	x1.1.6	0.679		Valid
7	x1.1.7	0.611		Valid
8	x1.1.8	0.687		Valid

Tabel 7. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	R-Tabel	Kesimpulan
1	x2.1.1	0.716	0.3	Valid
2	x2.1.2	0.583		Valid
3	x2.1.3	0.746		Valid
4	x2.1.4	0.643		Valid
5	x2.1.5	0.806		Valid
6	x2.1.6	0.733		Valid
7	x2.1.7	0.859		Valid
8	x2.1.8	0.886		Valid
9	x2.1.9	0.692		Valid
10	x2.1.10	0.816		Valid
11	x2.1.11	0.745		Valid
12	x2.1.12	0.744		Valid

Tabel 8. Uji Validitas Variabel Lokasi

No	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	R-Tabel	Kesimpulan
1	x3.1.1	0.487	0.3	Valid
2	x3.1.2	0.459		Valid
3	x3.1.3	0.667		Valid
4	x3.1.4	0.658		Valid
5	x3.1.5	0.394		Valid
6	x3.1.6	0.704		Valid

Sumber: Data Olahan, 2022

Hasil uji validitas untuk variabel-variabel yang ada di penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4, 5, 6, 7, dan 8.

Uji Reliabilitas Data

Berdasarkan hasil uji reliabilitas data pada Tabel 9 menunjukkan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai Cronbach Alpha diatas 0,70 hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel sudah mempunyai nilai yang reliabel. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa variabel yang diukur merupakan variabel yang sangat cocok untuk menjadi syarat pengujian selanjutnya.

Tabel 9. Uji Angket Menggunakan Software Smart PLS

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Varian Ekstrated
1	Kepuasan	0,880	0,925	0,805
2	Keputusan Pembelian	0,874	0,909	0,668
3	Harga	0,804	0,871	0,629
4	Kualitas Pelayanan	0,953	0,963	0,837
5	Lokasi	0,732	0,849	0,657

Uji Multikolonieritas Data

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas dapat dilihat bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas berdasarkan beberapa indikator terutama nilai VIF lebih kecil dari nilai 10. Sehingga hasil pengujian dikatakan reliabel atau terpercaya. Maka nilai koefisien struktur model *Sruktur Equation Model* (SEM) dalam pengujian *Smart PLS* dapat dikatakan handal terhadap perubahan-perubahan yang terjadi pada variabel lainnya di dalam model *Sruktur Equation Model* (SEM).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam penelitian ini dapat dijelaskan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,344 atau 34,4% variabel kepuasan dijelaskan variabel Harga, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi. Sedangkan sisanya bahwa nilai *R Square Adjusted* sebesar 0,323 atau 32,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini. Sedangkan hasil pengujian pada model 2 memperoleh nilai *R Square* sebesar 0,597 atau 59,7% variabel keputusan dapat dijelaskan oleh Harga, pelayanan dan Lokasi serta kepuasan. Sedangkan sisanya bahwa nilai *R Square Adjusted* sebesar 0,580 atau 58,0% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil pengujian dengan SEM PLS dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Struktur Equation Model (SEM) PLS

No	Variabel	Original Sampel	Kesimpulan
1	Harga>Kepuasan	0,331	Berpengaruh Positif
2	Pelayanan>Kepuasan	0,298	Berpengaruh Positif
3	Lokasi>Kepuasan	0,146	Berpengaruh Positif
4	Harga>Keputusan	0,556	Berpengaruh Positif
5	Pelayanan>Keputusan	-0,068	Berpengaruh Negatif
6	Lokasi>Keputusan	0,301	Berpengaruh Positif
7	Kepuasan > Keputusan	0,182	Berpengaruh Positif

Sumber : Data olahan *Smart PLS*, 2022

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Mahasiswa Insititut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia

Berdasarkan hasil path koefisien menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan positif terhadap kepuasan mahasiswa. Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan atau jasa (Tjiptono, 2011). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik harga yang diberikan oleh IBTPI kepada mahasiswa maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa terhadap IBTPI. Bagi responden, IBTPI telah memberikan harga yang baik. Hal ini dilihat dari tanggapan responden terhadap pernyataan “Biaya kuliah tidak jauh berbeda dengan kampus lainnya” ini artinya harga yang ditawarkan IBTPI cukup bersaing dengan kampus lain tetapi tetap menjaga kualitas dan mutu IBTPI. Sedangkan tanggapan responden “Biaya kuliah tidak jauh berbeda dengan kampus yang lainnya” merupakan tanggapan responden yang terendah dari semua pernyataan yang ada tetapi masih dalam kategori yang baik. Ini artinya jika biaya kuliah IBTPI dibandingkan dengan biaya kuliah dengan kampus yang lain tidak terlalu berbeda jauh tetapi mahasiswa tetap puas dengan IBTPI karena manfaat yg diterima sebanding dengan harga yang ditawarkan oleh IBTPI. Walaupun harga yang bersaing dan biaya kuliah yang tidak terlalu jauh disbanding kampus lain ini tetap membuat mahasiswa memilih kampus IBTPI karena mutu atau kualitas atau manfaat yang diterima oleh mahasiswa sudah sangat baik atau sesuai sehingga membuat mahasiswa puas dengan IBTPI. Dapat disimpulkan bahwa harga yang baik dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa pada kampus IBTPI. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Mimi dan Feliciano Daniaty, 2017), (Hayatul Maspufah, 2020) dan (Dedek K. Gultom, Paham Ginting, 2014). Yang menyatakan bahwa harga berpengaruh Signifikan positif terhadap kepuasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa Insititut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia

Berdasarkan hasil path koefisien menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa, namun hasil uji hipotesis dimana variabel kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan mahasiswa. Dari tanggapan responden mengenai “Interior dan Eksterior FO dan BAAK ditata dengan rapi” dan tanggapan responden mengenai “Ruang FO dan BAAK Tampak bersih” tidak mempengaruhi kepuasan mahasiswa IBTPI. Ini artinya baik atau tidaknya interior dan eksterior FO dan BAAK dan bersih atau tidaknya ruangan FO dan BAAK tidak akan mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Hal ini dikarenakan interior dan kebersihan itu termasuk dalam bukti fisik (*tangible*) sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang baik atau buruk tidak mempengaruhi kepuasan mahasiswa terhadap IBTPI. Hasil penelitian sejalan dengan (Sri

Nitta Crissiana Wirya Atmaja (2019), (Firmansyah, 2019) dan (Arrafiatus Sufiyyah, 2011). Yang Menyatakan bahwa Pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan.

Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Mahasiswa Insititut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia

Berdasarkan hasil path koefisien menunjukkan bahwa variabel Lokasi berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan mahasiswa dan hasil uji hipotesis signifikan positif terhadap kepuasan mahasiswa. Berdasarkan tanggapan responden tentang “Lokasi Kampus IBTPI mudah dijangkau oleh transportasi umum” dan “ Lokasi kampus IBTPI berada pusat kota” memiliki rata-rata sebesar 4,26 dan 3,82 dalam hal ini rata-rata tanggapan masih dalam kategori sangat baik dan baik. Ini artinya semakin baik lokasi kampus IBTPI maka kepuasan mahasiswa terhadap IBTPI semakin meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Hayatul Maspufah, 2020), (Herliana Irmawati ,Diah Yulisetiari, Deasy Wulandari, 2017) dan (Herliana Irmawati ,Diah Yulisetiari, Deasy Wulandari, 2017). Yang Menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh Signifikan positif terhadap kepuasan.

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Mahasiswa Insititut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia

Berdasarkan hasil path koefisien menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan hasil uji hipotesis signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Ini artinya adalah semakin baik harga yang diberikan oleh IBTPI kepada mahasiswa maka keputusan memilih kuliah di IBTPI semakin meningkat. Hasil penelitian sejalan dengan (Haeriah, Mustari, Muhammad Hasan, Muhammad Lhsan Said , Ilham Thaief, 2021), (Hayatul Maspufah, 2020) dan (Herliana Irmawati ,Diah Yulisetiari, Deasy Wulandari, 2017). Yang Menyatakan bahwa harga berpengaruh Signifikan positif terhadap keputusan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Mahasiswa Insititut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia

Berdasarkan hasil path koefisien menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif terhadap keputusan mahasiswa dan hasil uji hipotesis berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin meningkatkan keputusan mahasiswa memilih IBTPI. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Dewa Ayu,I ketut kirya, I wayan Suwendra, 2014), (Siti Hajar,Made Susilawati, Nila kusmawati, 2012) dan (Yuni Asri Ningrati, 2017). Yang Menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh Signifikan positif terhadap keputusan.

Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Mahasiswa Insititut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia

Berdasarkan hasil path koefisien menunjukkan bahwa variabel Lokasi berpengaruh positif terhadap variabel keputusan mahasiswa dan hasil uji hipotesis signifikan positif terhadap keputusan mahasiswa. Dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa lokasi yang baik memberikan dampak yang positif terhadap upaya peningkatan keputusan mahasiswa dalam memilih kampus IBTPI. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Haeriah, Mustari, Muhammad Hasan, Muhammad Lhsan Said, Ilham Thaief, 2021), (Hayatul Maspufah, 2020) dan (Herliana Irmawati ,Diah Yulisetiari, Deasy Wulandari, 2017). Yang Menyatakan bahwa harga berpengaruh Signifikan positif terhadap keputusan.

Pengaruh Kepuasan terhadap Keputusan Mahasiswa Insititut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia

Berdasarkan hasil path koefisien menunjukkan bahwa variabel kepuasan berpengaruh positif terhadap variabel keputusan mahasiswa dan hasil uji hipotesis signifikan positif terhadap keputusan mahasiswa. Artinya semakin baik kepuasan mahasiswa maka semakin meningkat keputusan mahasiswa untuk berkuliah di IBTPI. Penelitian ini sejalan dengan (Ni Luh Gede Anggarayani Sulistyawati, Nyoman Trisna Herawati, I Putu Julianto 2017). Yang Menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh Signifikan positif terhadap keputusan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan dan Keputusan Berkuliah. Adapun kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian yang telah dilakukan antara lain: (1). Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa berkuliah di IBTPI. (2). Kualita Pelayanan memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan mahasiswa berkuliah di IBTPI. (3). Lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa berkuliah di IBTPI. (4). Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa berkuliah di IBTPI. (5). Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa berkuliah di IBTPI. (6). Lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa berkuliah di IBTPI. (7). Kepuasan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa berkuliah di IBTPI.

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat dijadikan sebagai beberapa faktor yang dapat lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang sehingga akan lebih menyempurnakan penelitiannya. Karena penelitian ini tentu memiliki kekurangan Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Keputusan Mahasiswa Memilih IBTPI pada Masa Pandemi COVID19 Tahun 2021 (Luciana Fransisca, Yunia Sari, Edy Lukito, Warnadi, dan Wan Muhamad Kudri)

yang perlu diperbaiki lagi dalam penelitian-penelitian kedepannya. Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu, dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena adanya perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut: (1) Bagi Akademisi yaitu Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan pengembangan penelitian dengan menggunakan variabel dan objek penelitian yang berbeda, misalnya kampus atau universitas yang lainnya. (2). Bagi pihak pengelola perguruan tinggi swasta yaitu Hasil penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi terhadap kualitas dan fasilitas di Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia Pekanbaru. IBTPI diharapkan dapat melakukan beberapa hal berikut: (1) Harga : IBTPI dapat memberikan penetapan biaya berkuliah yang sesuai dengan kualitas pendidikan yang sudah ditetapkan oleh pihak perguruan tinggi tersebut. (2) Kualitas pelayanan : IBTPI dapat memberikan layanan pengajaran dan fasilitas yang lebih baik lagi kedepannya, Sehingga mahasiswa akan merasa senang dan puas dengan layanan dan fasilitas yang diberikan oleh IBTPI dan akan ada hal-hal positif yang akan diceritakan mengenai pengalaman berkuliah di IBTPI. (3) Lokasi : Dalam upaya meningkatkan kenyamanan selama berkuliah di IBTPI, maka IBTPI diharapkan melakukan ekspansi atau perluasan terutama untuk bagian lokasi parkir mahasiswa dan sarana prasarana seperti toilet dan lain sebagainya, sehingga mampu meningkatkan keamanan dan kenyamanan dari mahasiswa IBTPI sendiri.

DAFTAR RUJUKAN

- Alma, B. (2003). *Pemasaran strategik jasa pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Arsyad, M. (2010). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Akpindo Jakarta. *Jurnal Ilmiah Panorama Nusantara*, 9.
- Atmaja, S. N. C. W. (2019). Pengaruh Kualitas Kerja Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Pamulang. *EkoPreneur*, 1(1), 77-85.
- Ariska, N. (2019). Pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Politeknik LP3I Jakarta. *Jurnal Lentera Bisnis*, 8(1), 18-29.
- Firmansyah, F. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa pada STIE Mahaputra Riau. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1).
- Ghozali. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, D. K., Ginting, P., & Sembiring, B. K. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(01).
- Haeriah, H., Mustari, M., Hasan, M., Said, M. I., & Thaief, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Warkop Sipadecengie Ma'rang Kabupaten Pangkep. *SOCIETIES: Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2).
- Hamdani, L. D. A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. (4rd Ed.) Jakarta.
- Hidayat, R. (2015). Pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian lampu philips (studi Kasus Pada Mahasiswa Telkom University). *Jurnal Ecodemica*, 3(1), 305-310.
- Irmawati, H., Yulisetiari, D., & Wulandari, D. (2017). Pengaruh Lokasi dan Brand Image serta Kualitas layanan Terhadap Kepuasan pada Mahasiswa Fakultas kedokteran Universitas Jember. *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 11(2), 155-163.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C. H. (2010). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Cetakan Ii). Jakarta: Indeks.
- Maspufah, H. (2020). Analisis Marketing Mix Terhadap Mahasiswa Baru Dalam Memutuskan Studi Lanjut Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mandala Jember. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 6(4), 400-412.
- Mimi, S. A., & Daniaty, F. (2017). Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Hypermart Puri Indah di Jakarta Barat. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 124-131.
- Mohammad, A. (2009). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan Pt. Garuda Di Kota Semarang)*. 10.
- Nasution. (2011). *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Pt. Bumi Aksara.
- Ningratri, Y. A. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Jasa (3P) terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIM Sukma Medan.
- Nurlia, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Lentera Bisnis*, 8(2), 104-119.
- Sufiyyah, A. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan Akademik dan Birokrasi terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Aset*, 13(2), 85-93.

- Sulistiyawati, N. L. G. A., Herawati, N. T., Ak, S. E., & Julianto, I. P. (2018). Pengaruh Minat, Potensi Diri, Dukungan Orang Tua, dan Kesempatan Kerja Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 8(2).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, W. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Al Munawaroh Medan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 9(1), 33-48.
- Suwarman, U. (2004). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Penerbit: PT Ghalia Indonesia, Bogor.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2011). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen* Yogyakarta.
- Swastha, B., & Sukotjo, I. (2010). *Pengantar Bisnis Modern* (3rd Ed.). Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Trianto. (2018). *Model Pembelajaran Terpadu*. Jakarta: Pt. Bumi Aksara.
- Tupa, D. T., Bunga, M., & Makatita, R. F. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nusa Cendana Kupang Nusa Tenggara Timur. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 9(2), 235-250.
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2).
- Wiyata, M. T., & Awaliah, N. N. (2019). Pengaruh Budaya dan Kepercayaan Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Institut Manajemen Wiyata Indonesia. *Cakrawala Repositori IMWI*, 2(1), 32-46.
- Ya, D. S. T. I. E., & Yai, N. S. T. I. E. (2015). Jumpa Vol. 2 No. 2 Juni 2015 Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pendidikan Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Jasa Pendidikan. *Jurnal Manajemen dan Perbankan (JUMPA) STIE YAI*, 2(2), 52-71.