

## Pengaruh Reputasi, Biaya dan Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta Universitas IGM

Efrilia Missel Putri<sup>1</sup>, Emilda<sup>2</sup>, Yeni<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global mandiri, Indonesia

E-mail: [2022510161@students.uigm.ac.id](mailto:2022510161@students.uigm.ac.id)<sup>1</sup>, [Emilda@uigm.ac.id](mailto:Emilda@uigm.ac.id)<sup>2</sup>, [yeni@uigm.ac.id](mailto:yeni@uigm.ac.id)<sup>3</sup>

### Article History:

Received: 31 Maret 2026

Revised: 15 April 2026

Accepted: 25 April 2026

**Keywords:** reputasi, biaya, promosi, pengambilan keputusan, perguruan tinggi

**Abstract:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Reputasi, Biaya dan Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi swasta universitas indo global mandiri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap mahasiswa sebagai responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi, biaya, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi, baik secara parsial maupun simultan. Reputasi menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan mahasiswa. Temuan ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perguruan tinggi dalam merumuskan strategi peningkatan daya saing dan menarik minat calon mahasiswa.

## PENDAHULUAN

Pendidikan tinggi merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang berperan besar terhadap kemajuan bangsa. Dalam konteks globalisasi dan perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi yang semakin pesat, kebutuhan akan tenaga kerja yang memiliki kompetensi tinggi dan berpendidikan menjadi semakin mendesak. Perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta, berperan strategis dalam mencetak lulusan yang mampu bersaing di dunia kerja. Namun, di tengah meningkatnya jumlah lulusan sekolah menengah atas, tidak semua calon mahasiswa dapat diterima di perguruan tinggi negeri karena keterbatasan daya tampung. Kondisi ini menjadikan perguruan tinggi swasta sebagai alternatif penting bagi mereka untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi (Putra et al., 2025).

Calon mahasiswa dalam mengambil keputusan memilih perguruan tinggi melalui serangkaian tahapan yang bersifat kompleks, terstruktur, dan dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan strategis. Pada tahap awal, calon mahasiswa biasanya mengidentifikasi kebutuhan pendidikan berdasarkan minat, bakat, dan aspirasi karier yang ingin dicapai. Pemilihan program studi menjadi titik awal karena menentukan arah pengembangan kompetensi dan prospek pekerjaan di masa depan. Setelah menentukan minat akademik, mereka mulai mengevaluasi berbagai perguruan tinggi yang menawarkan program studi sesuai kebutuhan, menggunakan informasi dari brosur, situs resmi kampus, media sosial, pameran pendidikan, hingga

rekomendasi dari keluarga, guru, dan teman. Reputasi adalah evaluasi publik, produk dari opini para pemangku kepentingan terhadap universitas, dan dapat dibagi menjadi internal dan eksternal. Internal mengacu pada dosen, staf administrasi, dan mahasiswa, sedangkan eksternal mengacu pada perwakilan lingkungan eksternal (Gardiana et al., 2024). Biaya adalah keseluruhan biaya operasional mahasiswa yang dibayar setiap semester pada program studi yang diambil di perguruan tinggi. Istilah biaya kuliah terbagi menjadi dua, yaitu Uang Kuliah Tunggal (UKT) untuk Perguruan Tinggi Negeri dan Sumbangan Pengembangan Pendidikan (SPP) untuk Perguruan Tinggi Swasta (Neill, 2021). Promosi adalah semua hal yang dapat kita tampilkan kepada konsumen untuk menarik perhatiannya dan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen tersebut, Promosi yang efektif mempengaruhi harga (Purnomo., 2022).

Pilihan untuk mendaftar ke Perguruan Tinggi Swasta (PTS) saat ini menjadi semakin menarik karena peningkatan kualitasnya. Seiring perkembangan ini, banyak PTS yang menunjukkan kualitas yang tidak kalah dengan Perguruan Tinggi Negeri (PTN).

## LANDASAN TEORI

*Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai pengembangan dari Teori *Theory of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan bahwa niat seseorang menjadi penentu utama apakah mereka akan melakukan suatu perilaku atau tidak. Niat ini dipengaruhi oleh dua faktor utama, yakni sikap dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Sikap merujuk pada evaluasi individu terhadap suatu perilaku, apakah dianggap positif atau negatif. Kontrol perilaku yang dipersepsikan adalah representasi dari keyakinan individu terhadap kemudahan atau kesulitan dalam menjalankan suatu perilaku tertentu (Hendrian et al., 2023).

Menurut Hikmah et al., (2024), semakin kuat niat individu untuk melakukan whistleblowing, semakin besar kemungkinan mereka untuk benar-benar melaporkannya. Niat ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah sikap terhadap *whistleblowing*. Sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan dapat memprediksi niat individu untuk melakukan whistleblowing. Sikap individu terhadap *whistleblowing* terbentuk dari keyakinan mengenai konsekuensi yang ditimbulkan oleh perilaku tersebut. Jika seseorang percaya bahwa *whistleblowing* akan menghasilkan hasil yang positif, seperti mencegah terjadinya pelanggaran atau ketidakadilan, maka mereka akan memiliki sikap positif terhadap *whistleblowing*, dan sebaliknya.

Reputasi perguruan tinggi adalah persepsi positif yang terbentuk berdasarkan kualitas akademik, prestasi, akreditasi, dan kepercayaan masyarakat terhadap institusi Pendidikan. Perguruan tinggi dengan reputasi baik cenderung lebih diminati karena dianggap memiliki kualitas pendidikan tinggi, dosen kompeten, serta peluang kerja lulusan yang lebih luas. pengembangan, kompensasi, promosi dan pemutusan hubungan kerja guna mencapai tujuan yang telah di tetapkan (Harahap et al., 2020).

Biaya adalah keseluruhan pengorbanan finansial yang dikeluarkan oleh konsumen (orangtua mahasiswa atau mahasiswa) untuk keperluan selama menempuh pendidikan dari awal sampai berakhirnya pendidikan. Baik itu biaya registrasi dan sks tiap semester, biaya sumbangan pembangunan gedung, dana kesejahteraan dan fasilitas mahasiswa (DKFM) per semester, dan biaya-biaya perkuliahan lainnya (Kristiani, 2020).

Promosi adalah kegiatan yang memperkenalkan sekaligus menjelaskan manfaat produk dan mutu yang dipasarkan kepada konsumen, dengan tujuan agar volume penjualan dapat meningkat. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya (Saragih, 2020).

Pengambilan Keputusan adalah sebuah proses yang dinamik, dimulai dari pencarian kompleks untuk informasi, penuh jalan memutar, memperkaya tanggapan dari pemilihan tentang segala arah mengumpulkan dan membuang informasi (Pramudiyanto et al., 2024).

## **METODE PENELITIAN**

### **3.1. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian adalah cara untuk membatasi jenis masalah yang akan diteliti dalam penelitian ilmiah. Ini dapat berupa batasan pada subjek yang akan diteliti, jumlah subjek yang akan diteliti, materi yang akan dibahas, atau variabel yang akan diteliti. Penulisan penelitian ini hanya berfokus pada permasalahan yang diangkat oleh penulis yaitu berkaitan dengan Pengaruh Reputasi, Biaya dan Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi swasta universitas indo global mandiri

### **3.2. Objek Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang digunakan untuk mengevaluasi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta UIGM Palembang terhadap Reputasi, Biaya, Promosi dan Pengambilan Keputusan. Data ini dikumpulkan melalui angket atau kuesioner yang diisi oleh mahasiswa Universitas IGM.

### **3.3. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini akan dilakukan selama kurang lebih 3 bulan. Penelitian ini dilakukan di Universitas IGM, memiliki kampus yang beralamat di Jl. Jend. Sudirman Km.4 No. 62, 20 Ilir D. IV, Kec. Ilir Tim. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30129

### **3.4. Batasan Penelitian**

Batasan penelitian adalah upaya untuk mengurangi ruang lingkup penelitian yang terlalu luas atau lebar sehingga penelitian dapat mempertimbangkan keterbatasan seperti waktu, biaya, tenaga, kualitas data, dan waktu proses Maulana et al., (2022). Batasan ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa penelitian tetap fokus dan tidak menyimpang dari tujuan. Penelitian ini dibatasi pada variable Reputasi (X1), Biaya (X2), Promosi (X3) dan Pengambilan Keputusan (X4) agar tidak terlalu luas.

### **3.5. Jenis dan Sumber Data**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2020). Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder.

#### **1. Data Primer**

Data primer Kristiani, (2020) mengatakan bahwa sumber data primer adalah wawancara dengan subjek penelitian secara observasi atau pengamatan langsung. Selain itu, Sugiyono menyatakan bahwa data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari sumber dan diberikan kepada peneliti atau pengumpul data.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder, menurut Kristiani, (2020) adalah data yang dikumpulkan secara tidak langsung oleh pengumpul data ini dapat terjadi melalui dokumen atau orang lain. Seperti, buku, data karyawan, dan profil karyawan, visi misi, struktur organisasi dan data lainnya.

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Wawancara**

Menurut Alfarizi, (2022) wawancara adalah salah satu cara untuk menggali data secara lisan kepada subjek penelitian. Wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data saat melakukan studi pendahuluan untuk menentukan masalah yang harus diteliti, serta ketika peneliti ingin mengetahui lebih banyak tentang hal-hal dari responden dengan jumlah kecil atau kecil. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan mahasiswa Universitas IGM, untuk mendapatkan informasi seperti jumlah mahasiswa yang digunakan untuk populasi dan sampel penelitian, informasi tentang Reputasi, Biaya, Promosi dan Pengambilan Keputusan.

## 2. Kuesioner

Menurut Alfarizi, (2022) kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk meminta jawaban responden melalui serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang sudah disusun oleh peneliti.

## 3. Studi Pustaka

Dilakukan dengan menelaah berbagai literatur, jurnal, buku, dan sumber ilmiah lainnya yang relevan dengan topik penelitian, guna memperkuat landasan teori serta mendukung analisis data dalam penelitian ini.

# HASIL DAN PEMBAHASAN

## 4.1. Hasil uji Normalitas

Uji normalitas data adalah uji yang digunakan untuk mengetahui dan mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal atau tidak, dan apakah data yang diperoleh berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual dari hasil regresi yang diteliti terdistribusi dengan normal atau tidak. Jika nilai residual yang dihasilkan berdistribusi dengan normal, maka model regresi dianggap baik. Ketentuan pengujian normalitas dapat dilihat dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada tabel *kolmogorov smirnov*. Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data terdistribusi normal jika signifikansi  $< 0,05$  maka data terdistribusi tidak normal.

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas**

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                |                         |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                    |                | Unstandardized Residual |
| N                                  |                | 94                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean           | .0000000                |
|                                    | Std. Deviation | 2.00262319              |
| Most Extreme Differences           | Absolute       | .039                    |
|                                    | Positive       | .033                    |
|                                    | Negative       | -.039                   |
| Test Statistic                     |                | .039                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                | .200 <sup>c,d</sup>     |

Sumber: diolah menggunakan SPSS versi 26, 2026

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu  $0,200 > 0,05$  dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa data pada tabel tersebut terdistribusi secara normal.

## 4.2. Hasil uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dapat digunakan untuk meneliti keberadaan hubungan antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang satu dengan variabel bebas lainnya. Multikolinearitas dapat di deteksi dengan melihat besar VIF (*Variances Inflation Factor*) dan

nilai *tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas dari multikolinearitas adalah mempunyai nilai VIF dibawah angka 10 ( $VIF < 10$ ) dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas**

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |       |      |                         |       |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model                     |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | (Constant) | 8.308                       | 2.563      |                           | 3.241 | .002 |                         |       |
|                           | TOTALX1    | .231                        | .061       | .375                      | 3.771 | .000 | .898                    | 1.114 |
|                           | TOTALX2    | .083                        | .091       | .089                      | .914  | .363 | .945                    | 1.059 |
|                           | TOTALX3    | .166                        | .140       | .116                      | 1.180 | .241 | .921                    | 1.085 |

Sumber: diolah menggunakan SPSS versi 26, 2026

Dari tabel 4.11 telah diketahui bahwa uji multikolinearitas yang dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF. Diketahui bahwa nilai *tolerance* Reputasi (X1) 0,898, Biaya (X2) 0,945, Promosi (X3) 0,921 serta nilai VIF Reputasi (X1) 1,114, Biaya (X2) 1,059, dan Promosi (X3) 1,085. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari nilai tersebut dilihat penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

#### 4.3. Hasil analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda pada penelitian ini menggunakan dua variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y). Regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki lebih dari satu variabel bebas. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 26 *for windows*. Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut .

**Tabel 3. Analisis Regresi Linear Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant) | 8.308                       | 2.563      |                           | 3.241 | .002 |
|                           | TOTALX1    | .231                        | .428       | .375                      | 3.771 | .000 |
|                           | TOTALX2    | .332                        | .091       | .089                      | 2.930 | .363 |
|                           | TOTALX3    | .497                        | .292       | .116                      | 2.368 | .241 |

Sumber: diolah menggunakan SPSS versi 26, 2026

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.12 pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian B diperoleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 8,308 + 0,231 X_1 + 0,332 X_2 + 0,497 X_3 + e$$

Dari hasil regresi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut ini:

- Nilai konstanta sebesar 8,308 yang menunjukkan bahwa (X1), (X2) dan (X3) dengan kondisi konstanta atau  $X = 0$ , maka Y sebesar 8,308.
- Nilai Koefisien regresi untuk X1 Reputasi adalah 0,231 menunjukkan bahwa variable (X1) berpengaruh positif terhadap (Y). Artinya apabila Reputasi semakin baik dengan asumsi variabel lain konstanta, maka hal tersebut dapat meningkatkan Pengambilan Keputusan mahasiswa di Universitas IGM sebesar 0,231.
- Nilai X2 Biaya bernilai positif yaitu 0,332. Artinya bahwa setiap peningkatan biaya sebesar satu-satuan maka tingkat Pengambilan keputusan juga akan meningkat sebesar 0,332 dengan

asumsi variabel independent lain nilainya tetap.

- d. Nilai koefisien regresi X3 Promosi bernilai positif yaitu sebesar 0,497. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan nilai sebesar satu satuan pada variable Promosi (X3), maka nilai variable Pengambilan keputusan akan meningkat sebesar 0,497 dengan asumsi variable independent lainnya nilainya tetap.

#### 4.4. Pengujian Hipotesis

##### 1. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian untuk menunjukkan pengaruh secara individu variabel bebas yang ada didalam model terhadap variabel terikat. Uji t atau uji parsial adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidaknya terhadap variabel dependen. Mengujii tingkat signifikan koefisien korelasi yang digunakan untuk mengetahui keberartian derajat hubungan antara variabel (X) dan variabel (Y) yang digunakan dengan koefisien korelasi. Uji dilaksanakan dengan langkah membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Dengan  $t_{tabel} = df = n-k-1$  atau  $df = 94-3-1 = 90$   $t_{tabel} = 1,987$

**Tabel 4. Hasil Uji t**

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |      |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|
| Model                     |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | Sig. |
|                           |            | B                           | Std. Error | Beta                      |      |
| 1                         | (Constant) | 8.308                       | 2.563      |                           | .002 |
|                           | TOTALX1    | .231                        | .428       | .375                      | .000 |
|                           | TOTALX2    | .332                        | .332       | .089                      | .363 |
|                           | TOTALX3    | .497                        | .497       | .116                      | .241 |

Sumber: diolah menggunakan SPSS versi 26, 2026

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui Pengaruh dari masing-masing variabel yaitu Reputasi, Biaya dan Promosi terhadap Pengambilan Keputusan dapat dilihat dari tingkat signifikansi (probabilitas). Jika tingkat signifikansinya  $<0,05$  maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut berpengaruh. Hal tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- A. Pengaruh Reputasi terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Universitas IGM

Rumus dasar yang digunakan untuk menentukan nilai  $t_{tabel}$  ialah :

$$t_{tabel} = t(a/2, n-k-1) = t(0,5/2; 94-3-1) = (0,025; 90) = 1,987$$

Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk Reputasi adalah 3,771 > dari  $t_{tabel}$  1,987 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga hipotesis Reputasi berpengaruh positif terhadap Pengambilan Keputusan. Artinya terhadap pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen, jika Reputasi meningkat maka Pengambilan Keputusan akan naik. Hal ini menunjukkan bahwa faktor Reputasi menjadi pertimbangan bagi mahasiswa

- B. Pengaruh Biaya terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Universitas IGM

Rumus dasar yang digunakan untuk menentukan nilai  $t_{tabel}$  ialah :

$$t_{\text{tabel}} = t(a/2, n-k-1) = t(0,5/2; 94-3-1) = (0,025; 90) = 1,987$$

Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai  $t_{\text{hitung}}$  untuk Biaya adalah 2,930 > dari  $t_{\text{tabel}}$  1,987 dengan tingkat signifikansi 0,363 < 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga hipotesis Biaya berpengaruh positif terhadap Pengambilan Keputusan diterima. Artinya terhadap pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen, jika Biaya meningkat maka Pengambilan Keputusan akan naik dan sebaliknya.

C. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Universitas IGM

Rumus dasar yang digunakan untuk menentukan nilai  $t_{\text{tabel}}$  ialah :

$$t_{\text{tabel}} = t(a/2, n-k-1) = t(0,5/2; 94-3-1) = (0,025; 90) = 1,987$$

Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai  $t_{\text{hitung}}$  untuk Promosi adalah 2,368 > dari  $t_{\text{tabel}}$  1,987 dengan tingkat signifikansi 0,241 < 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga hipotesis Promosi berpengaruh positif terhadap Pengambilan Keputusan diterima. Artinya terhadap pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen, jika Biaya meningkat maka Pengambilan Keputusan akan naik dan sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa faktor Pengambilan Keputusan menjadi pertimbangan bagi mahasiswa Universitas IGM.

2. Hasil uji simultan (uji f)

Uji F bertujuan untuk menentukan apakah variabel bebas (variabel independent) dan variabel terikat (variabel terikat) berpengaruh satu sama lain. Jika nilai probabilitas (signifikansi) > 0,05, maka variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen secara keseluruhan, dimana terdapat pengaruh atau hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat yang signifikan. Sebaliknya, apabila angka signifikansi uji f > 0,05, maka hipotesis penelitian ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh atau hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat yang signifikan. Diuji dengan signifikansi  $\alpha < 0,05$  dan  $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$  dengan tingkat kesalahan 5%.

Adapun nilai  $F_{\text{tabel}}$  berasal dari perhitungan dengan menggunakan rumus:

$$dp = f(n-k)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel pembentuk regresi

k = jumlah variabel bebas dan terikat

Sehingga  $df = 94-3 = 91$  dengan  $f_{\text{tabel}}$  (keterangan  $f_{\text{tabel}}$  di lampirkan)

Pada *form*  $F_{\text{tabel}}$  dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% didapatkan nilai 2,704.

**Tabel 5. Hasil Uji F**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |       |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig.              |
| 1                  | Regression | 94.396         | 3  | 31.465      | 7.593 | .000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 372.976        | 90 | 4.144       |       |                   |
|                    | Total      | 467.372        | 93 |             |       |                   |

Sumber: diolah menggunakan SPSS versi 26, 2026

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan hasil dari uji f, dimana diperoleh nilai sig adalah 0,000 sedangkan taraf signifikan adalah 0,05. Oleh karena signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi variabel reputasi, biaya, dan promosi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan.

4. Pengaruh Reputasi, biaya dan Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Universitas IGM.

$$F_{\text{tabel}} = f(n-k) = f(94-3) = f(91) = 2,704$$

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai  $f_{\text{hitung}}$  adalah  $7.593 >$  dari  $f_{\text{tabel}}$  2,704 dengan tingkat signifikansi. Hal ini menunjukkan bahwa variabel reputasi, biaya, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan keputusan.

### 3. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan variabel X secara Simultan (Bersama-sama) terhadap variabel Y. Untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas Reputasi (X1), Biaya (X2) dan Promosi (X3) terhadap Pengambilan Keputusan (Y) digunakan nilai R Square. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 6 berikut:

**Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                          | .849 <sup>a</sup> | .702     | .652              | 2.03376                    |

*Sumber: diolah menggunakan SPSS versi 26, 2026*

Berdasarkan tabel 4.15 didapatkan hasil uji koefisien determinasi atau R Square, maka diperoleh nilai R Square sebesar 0,702 (70,2%). Hal tersebut memiliki arti bahwa kemampuan variabel bebas dalam penelitian ini mempengaruhi variabel terikat sebesar 70,2% , sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain selain variabel bebas dalam penelitian.

### 4. Hasil uji Koefisien Korelasi (r)

Analisis koefisien korelasi, analisis ini untuk mengetahui pengaruh reputasi, biaya, dan promosi terhadap Pengambilan keputusan dengan menghitung nilai koefisien korelasi pada tabel 7 berikut:

**Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Korelasi**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                          | .849 <sup>a</sup> | .702     | .652              | 2.03376                    |

*Sumber: diolah menggunakan SPSS versi 26, 2026*

Berdasarkan tabel 4.16 hasil uji koefisien korelasi menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara reputasi, biaya, dan promosi terhadap Pengambilan keputusan memperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,849 pada taraf signifikansi  $\alpha$  5% jadi dapat dikatakan bahwa hubungan antara reputasi, biaya, dan promosi terhadap Pengambilan keputusan mempunyai hubungan yang sedang. Koefisien korelasi tersebut (+) artinya terdapat hubungan antara reputasi, biaya, dan promosi terhadap Pengambilan keputusan.

## Pembahasan

### Pengaruh Reputasi terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Universitas IGM

Berdasarkan hasil penelitian antara reputasi terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Universitas IGM .diperoleh  $t_{\text{hitung}}$  3.771  $>$   $t_{\text{tabel}}$  1,987 dan angka signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang menunjukkan secara parsial ada pengaruh positif yang signifikan. Hal ini berarti variable reputasi berpengaruh positif terhadap

pengambilan keputusan.

### **Pengaruh Biaya terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Universitas IGM.**

Berdasarkan hasil uji t bahwa variable biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Universitas IGM.

### **Pengaruh promosi terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Universitas IGM.**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan promosi terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Universitas IGM diperoleh  $t_{hitung} 2,930 > t_{tabel} 1,978$  dan angka signifikan sebesar  $0,363 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang menunjukkan secara parsial ada pengaruh positif yang signifikan. Hal ini berarti variable promosi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan. terhadap pengambilan keputusan.

### **Pengaruh Reputasi, biaya dan Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Universitas IGM.**

Berdasarkan hasil uji f menunjukkan bahwa reputasi, biaya dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan. Hasil ini dibuktikan pada uji simultan F sebesar 7.593 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,005$ .

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti memaparkan beberapa saran terkait pada mahasiswa universitas igm yaitu:

1. Reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di universitas indo global mandiri . Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t dimana  $t_{hitung} 3,771 > t_{tabel} 1,987$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
2. Biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan dilihat dari hasil uji t dimana  $t_{hitung} 2,930 > t_{tabel} 1,987$  dengan tingkat signifikansi  $0,363 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh positif antara variabel biaya terhadap pengambilan keputusan
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan dilihat dari hasil uji t dimana  $t_{hitung} 2,368 > t_{tabel} 1,987$  dengan tingkat signifikansi  $0,022 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh positif antara variabel promosi terhadap pengambilan keputusan.
4. Hasil penelitian dengan menggunakan uji F dapat diketahui bahwa  $F_{hitung} 7.593$  pada taraf  $\alpha$  5% (0,05) dengan  $F_{tabel} 2,702$  dimana hasil menunjukkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yang artinya Reputasi, biaya, dan promosi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap pengambilan keputusan.

## DAFTAR REFERENSI

- Alfarizi, A., Alie, J., & Yustini, T. (2022). Pengaruh Brand Image, Lokasi Kampus dan Dukungan Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Kota Palembang. *Jurnal Jumbiwira*, 1(2).
- Gardiana, M. D., Rahmanto, A. N., & Satyawan, I. A. (2024). Strategi Pemanfaatan Media Sosial dalam Rangka Penguatan Reputasi Perguruan Tinggi. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(3), 2337–2334. <https://doi.org/10.54371/jlIP.v7i3.3672>
- Harahap, D. A., Hurriyati, R., Gaffar, V., Wibowo, L. A., & Amanah, D. (2020). Pengaruh Reputasi Universitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Studi di Universitas Islam Sumatera Utara. *Prosiding Seminar Nasional & Konferensi Forum Manajemen Indonesia (FMI 9)*, Semarang, 9, 1–12. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/8ZG6N>
- Hendrian, Patiro, S. P. S., Tantri, S. N., & Aryani, D. (2023). Model perilaku calon mahasiswa dalam memilih Universitas Terbuka: Sebuah penerapan dan pengembangan model theory of planned behavior. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 4(2), 287–322. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v4i2.863>
- Hikmah, N., Andri Asmawan, Y. F., & Kusuma Putra, S. A. Al. (2024). Analisis Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi. *REMB : Research Economics Management and Business*, 2(2), 76–84. <https://doi.org/10.36232/remb.v2i2.1683>
- Kristiani, N. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Siswa Memilih Sd Kasatriyan Surakarta. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(1), 91–118.
- Neill, C. (2021). The Effect of Tuition Fees on Students ' Work in. *Growth (Lakeland)*, 01(04), 45–72.
- Pramudiyanto, A., Kurniawan, R., & Jamal, A. (2024). Pengambilan Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Kota Surabaya. *Indonesian Journal of Public Administration Review*, 1(3), 10. <https://doi.org/10.47134/par.v1i3.2461>
- Purnomo. (2022). Determinants of Student Interest in Choosing a Study Program. *International Journal of Social Science*, 1(6), 873–878. <https://doi.org/10.53625/ijss.v1i6.1899>
- Putra, Y. P., Puspita, N. V., & Heryanto, B. (2025). Faktor Yang Mempengaruhi Gen Z Dalam Memilih Perguruan Tinggi. 9(2). <https://doi.org/10.21107/jsmb.v9i2.16789>
- Saragih, J. L. (2020). pengaruh pencitraan, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa untuk memilih Perguruan Tinggi Swasta di Provinsi Sumatera Utara. 1(1), 58–72.
- Sugiyono. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia di Industri Kerajinan Jaket Kulit Manding Yogyakarta. *Prosiding Pendidikan Teknik* ....  
<https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/36517>