

Pengaruh Citra Institusi, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Memilih Universitas Swasta di Bandung

¹Ezra Karamang, ²Eka Septiarini, ³Palupi Permata Rahmi, ⁴Fanji Wijaya

^{1,3,4}Universitas Indonesia Membangun, Bandung, Jawa Barat

²Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi, Jawa Barat

¹ezra.karamang@inaba.ac.id, ²eka.septiarini@lecture.unjani.ac.id,

³palupi.permata@inaba.ac.id, ⁴fanji.wijaya@inaba.ac.id.

ABSTRACT

The objective of this research is to explore how institutional image, price, and location influence students' decisions when selecting private universities in Bandung City. This study aims to provide deep and relevant insights for the development of effective student recruitment strategies. The research employs a quantitative method with a verificative analysis technique to describe both partial and simultaneous influences. Sampling was conducted using a purposive sampling technique through the distribution of questionnaires, direct observations, and interviews with students from private universities in Bandung. Based on predetermined criteria, from the entire population of 2043 respondents, a total of 244 samples were deemed suitable for use in this study. The partial T-test results confirm that institutional image and price have a strong influence on students' decisions to choose private universities in Bandung, while location does not have a significant impact. Simultaneously, the F-test indicates that institutional image, price, and location significantly influence students' decisions. In conclusion, the regression model used meets various classical assumptions, and the variables studied have a strong influence on students' decisions when selecting private universities in Bandung.

Keywords : Institution Image; Price; Location; Decision to Choose; Private Universities

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah mengeksplorasi bagaimana citra institusi, harga, dan lokasi memengaruhi keputusan mahasiswa saat memilih universitas swasta di Kota Bandung, dengan tujuan memberikan wawasan yang mendalam dan relevan bagi pengembangan strategi perekrutan mahasiswa yang efektif. Penelitian dilakukan dengan metode Kuantitatif yang mengimplementasikan teknik analisis verifikatif yang membantu dalam menggambarkan setiap pengaruh parsial dan simultan. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling melalui penyebaran angket, observasi dan wawancara secara langsung kepada mahasiswa kampus swasta di Bandung, sehingga berdasarkan kriteria yang ditetapkan maka dari keseluruhan populasi yang berjumlah 2043 responden telah diperoleh sebanyak 244 sampel yang dinilai layak untuk digunakan dalam penelitian ini. Hasil Uji t parsial memastikan bahwa Citra Institusi dan Harga memiliki pengaruh kuat pada Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Swasta di Bandung, sedangkan Lokasi tidak memiliki pengaruh signifikan. Secara simultan, uji F menunjukkan bila Citra Institusi, Harga, dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih Mahasiswa. Kesimpulannya, model regresi yang digunakan memenuhi berbagai asumsi klasik, dan variabel-variabel yang diteliti memegang pengaruh yang kuat terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih universitas swasta di Bandung.

Kata kunci : Citra Institusi; Harga; Lokasi; Keputusan Memilih; Universitas Swasta

PENDAHULUAN

Pendidikan tinggi memiliki peran strategis dalam membangun Indonesia dengan menciptakan Sumber Daya Manusia (SDM) yang ahli dan mandiri. Perguruan tinggi berfungsi sebagai pusat pengembangan SDM dan memiliki posisi penting dalam masyarakat karena sumber daya dan tenaga ahli yang dimilikinya. Para ahli ini dapat

membantu mengatasi berbagai permasalahan yang ada, (Hazas Syarif & Habibi, 2022). Selain itu, pendidikan tinggi berkontribusi signifikan terhadap peningkatan produktivitas nasional melalui pengembangan SDM yang menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek), yang merupakan faktor kunci dalam pembangunan ekonomi. Fungsi utama perguruan tinggi merupakan membantu pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi melalui riset inovatif, yang menjadi landasan bagi kemajuan bangsa dan keunggulan ekonomi nasional, (Hazas Syarif & Habibi, 2022; Putri Nanda et al., 2022).

Peran penting lain dari pendidikan tinggi adalah meningkatkan inovasi dan kreativitas. Dalam memajukan Indonesia menjadi negara yang maju, makmur, dan berkeadilan, maka diperlukan sarjana yang inovatif, inovatif, dan visioner, (Rasulova, 2020). Perguruan tinggi berperan penting dalam mengapai cita-cita hukum yang berkeadilan dan berfungsi sebagai wadah pembelajaran bagi siswa dan masyarakat secara keseluruhan, serta sebagai tempat pendidikan calon pemimpin bangsa, (Akbar et al., 2022; Wati, 2022). Dalam konteks pembangunan nasional, pendidikan tinggi perlu dimaksimalkan untuk menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi. Pendidikan tinggi yang bermutu menentukan kualitas bangsa, dan investasi dalam peningkatan kualitas penelitian di perguruan tinggi sangat penting. Fungsi utama perguruan tinggi merupakan mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi melalui riset inovatif, yang menjadi landasan bagi kemajuan bangsa dan keunggulan ekonomi nasional, (Dodi, 2019; Fadhli, 2020; Gulo, 2021).

Kota Bandung termasuk kedalam nominasi kota besar di Indonesia dengan sistem pendidikan yang berkualitas untuk warganya. Sebagai kota besar, Bandung menjadi tempat favorit untuk pendidikan, terlihat dari banyaknya universitas dan sekolah kejuruan dengan berbagai jurusan. Banyaknya sekolah kejuruan di Bandung bertujuan menunjang proses pendidikan di kota ini. Pendidikan yang baik di Bandung mendukung pembangunan manusia yang berkualitas, diperhatikan oleh pemerintah kota untuk menjamin kompetensi seluruh warga, (Herdiansyah & Kurniati, 2020).

Ribuan siswa dari berbagai wilayah datang ke Bandung setiap tahun untuk menjejar pendidikan tinggi. Dengan kurikulum yang inovatif, laboratorium yang canggih, perpustakaan yang lengkap, dan fasilitas penelitian yang canggih, perguruan tinggi di Bandung menawarkan lingkungan belajar yang dinamis. Suasana akademik yang ramah tetapi kompetitif mendorong pertumbuhan dan prestasi siswa. Namun, kesulitan dalam memilih universitas yang sesuai kerap kali menjadi permasalahan mahasiswa baru, sehingga faktor penting seperti biaya pendidikan, reputasi universitas, dan lokasi akan sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan, (Brilyana, 2023; Herdiansyah & Kurniati, 2020).

Perkembangan Perguruan Tinggi Negeri (PTN) dan Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Bandung menggambarkan dinamika yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Kompetisi sehat antara PTN dan PTS di Bandung mendorong peningkatan standar pendidikan secara keseluruhan, (Napitulu, 2023). Mahasiswa memiliki lebih banyak pilihan untuk menyesuaikan pendidikan dengan minat dan kebutuhan mereka. Dengan semakin banyaknya program beasiswa dan fasilitas penunjang lainnya, baik PTN maupun PTS berkontribusi signifikan pada pengembangan kualitas SDM di Indonesia. Keseluruhan perkembangan ini menjadikan Bandung sebagai salah satu pusat pendidikan terkemuka di Indonesia yang terus berkembang dan beradaptasi dengan tuntutan zaman, (Handayani et al., 2022; Nurul Hidayati, 2021).

Perbandingan antara PTN dan PTS di Bandung menunjukkan perbedaan yang mencolok. Biaya kuliah di PTN lebih murah karena disubsidi pemerintah melalui sistem Uang Kuliah Tunggal (UKT) yang disesuaikan dengan keuangan mahasiswa. Di sisi lain, biaya kuliah di PTS bervariasi dan biasanya mencakup berbagai biaya seperti sumbangan institusi, registrasi ulang, pendaftaran, dan SPP, (Purnomo & Saifullah, 2022; Putri, 2021). Citra institusi PTN dan PTS di Bandung sangat berbeda. PTN, yang diakui secara nasional, biasanya dipandang lebih positif oleh mahasiswa. Selain itu, citra PTN sebagai tempat belajar yang unggul ditingkatkan oleh fasilitasnya yang lengkap dan canggih, seperti ruang kelas berteknologi modern, ruang belajar, dan area hijau, (Sitanggang et al., 2021). Lokasi

PTN biasanya di pusat kota, memberikan kesan strategis dan mudah diakses, sedangkan PTS sering berada di luar pusat kota, memberikan kesan jauh dan sepi. Namun, beberapa PTS terletak di lokasi strategis dekat stasiun kereta atau jalan raya utama, (Arifin et al., 2020; Yulius Fanggal, 2023).

Secara keseluruhan, PTN di Bandung dikenal dengan reputasi yang kuat, kualitas pendidikan yang terpercaya, dan biaya kuliah yang lebih terjangkau. Sementara PTS, meskipun menawarkan kualitas pendidikan yang baik, sering kali memerlukan biaya lebih tinggi dan harus bersaing ketat dengan PTN serta institusi pendidikan lainnya. Namun, PTS di Bandung telah mengambil langkah strategis untuk bersaing dengan PTN dalam hal harga, citra, dan lokasi. PTS menawarkan berbagai program beasiswa dan sistem biaya fleksibel untuk menarik mahasiswa dengan berbagai latar belakang ekonomi. Mereka juga meningkatkan investasi dalam fasilitas modern seperti ruang kelas berbasis teknologi dan area hijau, serta memperkuat citra institusi melalui kegiatan ekstrakurikuler dan budaya. Dalam hal lokasi, PTS memilih posisi strategis yang mudah dijangkau, seperti dekat stasiun kereta api atau jalan utama, untuk meningkatkan keterjangkauan dan kenyamanan mahasiswa. Upaya ini telah membawa hasil positif dengan peningkatan jumlah mahasiswa dan peningkatan citra institusi PTS di Bandung.

LANDASAN TEORI

Keputusan Memilih

Menurut (Kotler & Armstrong, 2018), Keputusan Memilih merujuk pada proses di mana konsumen mengevaluasi berbagai pilihan yang tersedia sebelum membuat keputusan pembelian akhir. Tahapan ini melibatkan penilaian terhadap manfaat dan kekurangan dari setiap alternatif, mempertimbangkan faktor-faktor seperti harga, kualitas, fitur produk, dan preferensi pribadi.

Citra Institusi

Menurut (Kotler & Keller, 2016), Citra Institusi merujuk pada cara konsumen dan masyarakat melihat suatu organisasi atau institusi secara keseluruhan. Konsep ini mencakup persepsi, kepercayaan, dan penilaian yang dibentuk melalui pengalaman, komunikasi, dan interaksi dengan institusi tersebut. Citra institusi mempengaruhi bagaimana konsumen melihat kualitas produk atau layanan yang ditawarkan, serta kredibilitas dan reputasi institusi di pasar.

Harga

Menurut (Kotler & Armstrong, 2018), harga diartikan sebagai jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau layanan tersebut. Harga merupakan salah satu dari empat elemen utama dalam bauran pemasaran (marketing mix), selain produk, tempat, dan promosi.

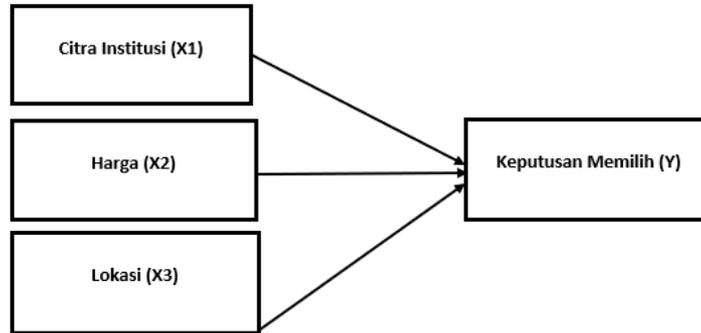
Lokasi

Menurut (Tjiptono, 2019), Lokasi merujuk pada elemen dalam bauran pemasaran yang berkaitan dengan keputusan mengenai di mana produk atau layanan akan tersedia bagi konsumen. Lokasi mencakup semua aktivitas yang membuat produk atau layanan tersebut dapat diakses oleh target pasar. Aspek ini sangat penting karena dapat mempengaruhi kenyamanan dan kemudahan konsumen dalam memperoleh produk atau layanan yang ditawarkan.

METODOLOGI

Tujuan penelitian adalah mengeksplorasi bagaimana citra institusi, harga, dan lokasi memengaruhi keputusan mahasiswa saat memilih universitas swasta di Kota Bandung, serta juga memberikan wawasan yang mendalam dan relevan bagi pengembangan strategi

perekrutan mahasiswa yang efektif. Tujuan dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam model penelitian berikut:



Gambar 1. Model Penelitian
 Sumber: Diolah peneliti, 2024

Penelitian dilakukan dengan metode Kuantitatif yang mengimplementasikan teknik analisis deskriptif dan verifikatif yang membantu dalam menggambarkan setiap pengaruh parsial dan simultan dari ketiga variabel bebas pada variabel terikat. Analisis dilaksanakan dengan menggunakan data primer yang berasal dari observasi dan penyebaran angket kepada para mahasiswa kampus swasta yang ada di Bandung. Sedangkan data sekunder berasal dari artikel dan buku yang dinilai terkait dan dapat melengkapi penelitian, (Asral et al., 2024; Narimawati et al., 2020).

Pengambilan data dilakukan dengan cara penyebaran angket, observasi dan wawancara secara langsung kepada mahasiswa kampus swasta di Bandung, sedangkan pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling yang menerapkan kriteria tertentu untuk memperoleh hasil yang lebih relevan, sehingga dari keseluruhan populasi yang berjumlah 2043 responden telah diperoleh sebanyak 244 sampel yang dinilai sesuai dan layak untuk digunakan dalam penelitian ini, (Erpurini & Juju, 2020; Sugiyono., 2019).

Data yang diperoleh akan dikelola menggunakan teknik analisis deskriptif dan verifikatif dengan alat bantu SPSS, sehingga akan diperoleh hasil penelitian dalam bentuk Uji Validitas dan Reabilitas untuk mengetahui kelayakan data, Uji Asumsi Klasik untuk mengetahui tingkat normalitas, ketetapan dan kebiasaan data, serta Uji Hipotesis untuk mengetahui hubungan diantara setiap variabel bebas dengan variabel terikat.

KONSEP VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR
Keputusan Memilih (Kotler & Amstrong, 2018)	Kognitif	1. Pengetahuan/ Popularitas
	Afektif	2. Keinginan/Kesukaan
	Konatif	3. Tindakan/Pemilihan
Citra Institusi (Kotler & Keller, 2016)	Corporate Identity	1. Nama Merek
		2. Logo
		3. Feature
		4. Harga
		5. Kuantitas dan Kualitas
	Physical Environment	6. Lokasi merupakan kestrategisan
		7. Lokasi merupakan kestrategisan
		8. Peralatan
	Contact Personelle	9. Appearance
		10. Competence

		11. Profesionalism
	<i>Service Offering</i>	12. Variasi Pelayanan
		13. Ketersediaan Pelayanan
Harga (Kotler & Amstrong, 2018)	Keterjangkauan Harga	1. Harga bisa dijankau konsumen
		2. Harga bisa dijankau konsumen
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas	3. Harga sesuai kualitas bagi konsumen
		4. Harga dijadikan kualitas bagi konsumen
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	5. Memutuskan memilih sebuah produk jika manfaat dirasakan dinilai sepadan
		6. Memutuskan memilih sebuah produk jika manfaat dirasakan dinilai sepadan
Harga sesuai dengan Kemampuan atau Daya Saing Harga	7. Konaumen sangat mempertimbangkan harga produk yang mahal dan murah.	
	8. Konsumen sangat mempertimbangkan harga produk yang mahal dan murah.	
Lokasi (Tjiptono, 2019)	Akses	1. Kemudahan akses transportasi umum
		2. Kemudahan akses transportasi umum
	Visibilitas	3. Kemudahan menemukan lokasi
		4. Kemudahan melihat lokasi dengan jelas
	Fasilitas Parkir	5. Fasilitas Parkir Luas
		6. Fasilitas Parkir Aman
	Lokasi Pesaing	7. Pesaing Beragam
		8. Lokasi Pesaing berdekatan

Sumber: Diolah peneliti, 2024

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Temuan Validitas

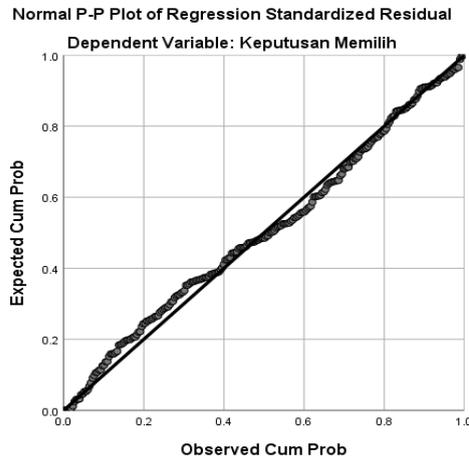
UJI VALIDITAS				
Variabel	Pernyataan	r-hitung	Titik Kritis	Keterangan
DECISION MAKING / KEPUTUSAN MEMILIH (Y)	KP.1 - KP.3	0,394 - 0,541	0,3	Valid
BRAND IMAGE / CITRA INSTITUSI (X1)	BI.1 - BI.13	0,464 - 0,711		
PRICE / HARGA(X2)	PR.1 - PR.8	0,509 - 0,637		
PLACE / LOKASI (X3)	PL.1	0, 672 - 0,778		

Tabel 3. Temuan Reliabilitas

UJI RELIABILITAS				
KEPUTUSAN MEMILIH (Y)				
NO	Pernyataan	r-hitung	Titik Kritis	Keterangan
1	DECISION MAKING (Y)	0,734	0,6	Reliabel
2	BRAND IMAGE (X1)	0,924		
3	PRICE (X2)	0,907		
4	PLACE (X3)	0,87		

Berdasarkan hasil temuan Validitas dan Reabilitas, maka dapat disimpulkan jika setiap point pertanyaan sudah dijawab dengan benar dan bisa dipertanggungjawabkan, serta

pertanyaan telah dibuat dengan baik yang membuat setiap point pertanyaan dapat dipahami dan memberikan jawaban yang handal dan sesuai.



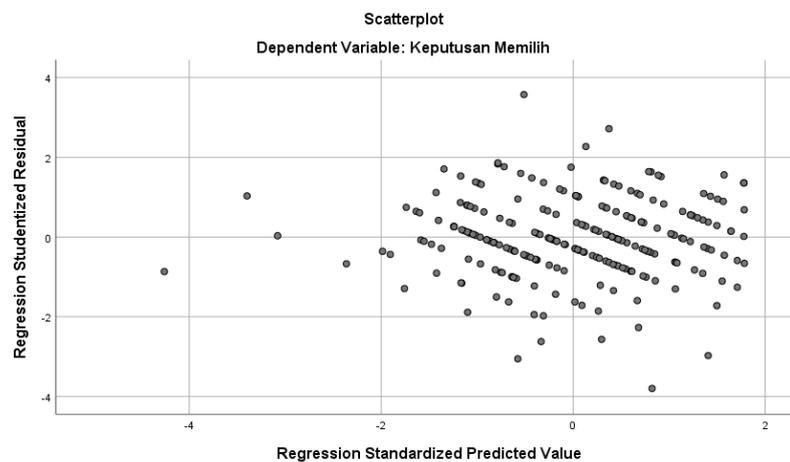
Gambar 2. Hasil Normalitas P-Plot

Berdasarkan temuan grafik normalitas dari P-Plot, maka ditemukan bila keseluruhan titik telah tersebar mengikuti garis diagonal memastikan bila model regresi telah memenuhi asumsi normalitas. Hasil ini mengindikasikan jika data berdistribusi normal, memperkuat validitas analisis regresi yang dilakukan.

Tabel 4. Temuan Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Total Citra Institusi	0.245	4.081
	Total Harga	0.343	2.919
	Total Lokasi	0.305	3.278

Berdasarkan temuan nilai tolerance dari variabel Citra Institusi yaitu 0,245, Harga 0,343, dan Lokasi 0,305. Sehingga dapat dipastikan jika semua nilai telah jauh melebihi batas 0,10, yang menunjukkan bila tidak ditemukan ada masalah multikolinieritas pada model regresi. Hasil ini akan memperkuat keandalan hasil analisis yang dilakukan.



Gambat 3. Hasil Heteroskedasitas

Berdasarkan temuan output scatterplot, maka ditemukan bila keseluruhan titik data sudah tersebar dengan acak dan tanpa menggambarkan pola dengan jelas, dimana mayoritas titik berada dekat dengan garis nol. Hasil ini memastikan bila tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas pada data penelitian ini. Sehingga bisa disimpulkan jika model regresi memenuhi asumsi yang dibutuhkan untuk analisis yang tepat dan dapat diandalkan.

Tabel 5. Hasil Parsial Uji Korelasi

Correlations		
		Keputusan Memilih
Keputusan Memilih	Pearson Correlation	1
Citra Institusi	Pearson Correlation	.668**
Harga	Pearson Correlation	.649**
Lokasi	Pearson Correlation	.574**

1. Citra Institusi (X1) dengan Keputusan Memilih (Y) memperoleh nilai Pearson Correlation yaitu 0,668 yang ada pada rentang korelasi 0,60 –0,799, yang berarti hubungan diantara kedua variabel termasuk kuat dengan arah positif.
2. Harga (X2) dengan Keputusan Memilih (Y) memperoleh nilai Pearson Correlation yaitu 0,649 yang ada pada rentang korelasi 0,600 –0,799, yang berarti hubungan diantara kedua variabel termasuk kuat dengan arah positif.
3. Lokasi (X3) dengan Keputusan Memilih (Y) memperoleh nilai Pearson Correlation sebesar 0,574 yang ada pada rentang korelasi 0,400 - 0,599, yang memastikan hubungan diantara kedua Variabel termasuk Sedang kearah Positif.

Tabel 6. Hasil Simultan R Square

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.695 ^a	.483	.477	1.504	2.059

Berdasarkan temuan Output Spss diatas, maka ditemukan hasil koefisien determinasi dalam R square yaitu 0,483 atau 48,3%. Hasil ini memastikan bila Keputusan Memilih Mahasiswa pada Universitas Swasta di Bandung di pengaruhi oleh Citra Institusi, Harga dan Lokasi mencapai 48,3% sedangkan sisanya 51,7% adalah pengaruh atau kontribusi yang berasal dari variabel diluar penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Parsial Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.065	.586		3.522	.001
	Total.X1 Citra Institusi	.099	.022	.418	4.455	.000
	Total.X2 Harga	.114	.028	.321	4.046	.000
	Total.X3 Lokasi	-.002	.032	-.006	-.074	.941

a. Dependent Variable: Total.Y Keputusan Memilih

1. Diketahui Nilai Signifikansi Citra Institusi 0,00 <0,05 maka H1 diterima yang menandakan bila secara parsial Citra Institusi memiliki pengaruh signifikan pada Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Swasta di Kota Bandung
2. Diketahui Nilai Signifikansi Harga 0,00 <0,05 maka H2 diterima yang menandakan bila secara parsial Harga memegang pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Swasta di Kota Bandung

- Diketahui Nilai Signifikansi Lokasi $0,941 > 0,05$ sehingga H3 ditolak yang menandakan bila secara parsial Lokasi tidak berpengaruh pada Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Swasta di Kota Bandung

Tabel 8. Hasil Simultan Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	508.058	3	169.353	74.883	.000 ^b
	Residual	542.774	240	2.262		
	Total	1050.832	243			

Berdasarkan Data diatas diketahui bahwa nilai signifikansi diperoleh $0,000 < 0,05$ sehingga H4 dapat diterima, yang memiliki arti bila secara bersamaan atau simultan Citra Institusi, Harga dan Lokasi berpengaruh secara Simultan terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Swasta di Kota Bandung.

Pembahasan Pengaruh Parsial

Berdasarkan temuan, maka secara parsial diketahui bila Citra Institusi mempunyai nilai sig $0,00 < 0,05$ yang menandakan diterimanya H1, sehingga dapat dipastikan bila didapatkan pengaruh positif dan signifikan pada Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Swasta dengan tingkat pengaruh korelasi yaitu $0,668$ dalam kategori kuat. Hasil ini selaras bersama temuan (Puspita et al., 2020) yang menemukan bahwa citra institusi secara parsial memegang pengaruh pada keputusan memilih RSUD Pasar Minggu, serta temuan (Putri Nanda et al., 2022) yang menemukan jika citra institusi mempunyai pengaruh dalam keputusan mahasiswa saat memilih kampus.

Harga mempunyai nilai sig $0,00 < 0,05$ yang menandakan diterimanya H2, sehingga dapat dipastikan bila ditemukan pengaruh positif yang kuat pada Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Swasta dengan tingkat pengaruh korelasi yaitu $0,649$ dalam kategori kuat. Hasil ini selaras bersama temuan (Amri & Yahya, 2021) yang memaparkan jika permasalahan biaya sangat berpengaruh signifikan pada seseorang saat mengambil keputusan dalam memilih salah satu lembaga pendidikan.

Lokasi mempunyai nilai sig $0,941 > 0,05$ yang menandakan ditolaknya H3, sehingga dapat dipastikan bila tidak terdapat pengaruh dari Lokasi pada Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Swasta, sedangkan dengan tingkat pengaruh korelasi yaitu $0,574$ dalam kategori sedang. Hasil ini selaras bersama (Nicholls, 2018) yang menemukan bila lokasi tidak memengaruhi para mahasiswa internasional di Michigan State University dalam memilih universitas, tetapi hasil ini bertengan dengan temuan (Oktarini & Rahmayanti, 2020) yang menemukan lokasi berpengaruh dalam keputusan dalam memilih perguruan tinggi.

Pembahasan Pengaruh Simultan

Berdasarkan temuan, maka secara simultan nilai signifikansi yang diperoleh $0,000 < 0,05$ sehingga H4 dapat diterima, artinya secara simultan Citra Institusi, Harga dan Lokasi berpengaruh secara Simultan terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Swasta di Kota Bandung. Sedangkan ditemukan hasil koefisien determinasi dalam R square yaitu $0,483$ atau $48,3\%$. Hasil ini memastikan bila Keputusan Memilih Mahasiswa pada Universitas Swasta di Bandung di pengaruhi oleh Citra Institusi, Harga dan Lokasi mencapai $48,3\%$ sedangkan sisanya $51,7\%$ adalah pengaruh atau kontribusi yang berasal dari variabel diluar penelitian ini.

PENUTUP

Berdasarkan hasil temuan validitas dan reliabilitas, semua poin pertanyaan dijawab dengan benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Pertanyaan-pertanyaan tersebut disusun

dengan baik, mudah dipahami, dan memberikan jawaban yang andal. Analisis normalitas menggunakan grafik P-Plot menunjukkan model regresi sesuai dengan asumsi normalitas, dengan penyebaran titik-titik mengikuti garis diagonal. Analisis multikolinieritas menunjukkan semua variabel memiliki nilai tolerance lebih tinggi dari 0,10, sehingga tidak ada masalah multikolinieritas. Analisis heteroskedasitas melalui scatterplot menunjukkan tidak ada pola tertentu, berarti tidak ada masalah heteroskedasitas.

Hasil uji korelasi parsial menunjukkan hubungan positif yang kuat antara Citra Institusi dan Harga dengan Keputusan Memilih. Lokasi juga memiliki hubungan positif dengan Keputusan Memilih, meskipun dengan korelasi sedang. Hasil koefisien R Square menunjukkan bahwa 48,3% Keputusan Memilih dipengaruhi oleh Citra Institusi, Harga, dan Lokasi, sementara sisanya 51,7% dipengaruhi oleh variabel lain. Uji T parsial menunjukkan Citra Institusi dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih Universitas Swasta di Bandung, sedangkan Lokasi tidak. Uji F simultan menunjukkan Citra Institusi, Harga, dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih. Kesimpulannya, model regresi memenuhi asumsi klasik, dan variabel yang diteliti berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih universitas swasta di Bandung.

Berdasarkan hasil akhir penelitian, berikut beberapa saran untuk penelitian selanjutnya. Pertama, perlu diperluas cakupan variabel penelitian dengan memasukkan faktor lain seperti kualitas akademik dan fasilitas untuk memperdalam pemahaman. Kedua, penelitian bisa diperluas ke wilayah geografis lain untuk melihat konsistensi hasil di konteks berbeda. Ketiga, metode kualitatif seperti wawancara mendalam dapat digunakan untuk menggali alasan di balik keputusan memilih universitas. Keempat, identifikasi dan pengujian variabel lain yang mempengaruhi keputusan memilih, karena 51,7% keputusan dipengaruhi oleh faktor di luar penelitian ini. Terakhir, direkomendasikan untuk terus melakukan uji validitas dan reliabilitas serta menggunakan metode analisis yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, I. R., Narimawati, U., Affandi, A., Priadana, S., & Erlangga, H. (2022). Analisis Kebijakan Kepala Sekolah dalam upaya Meningkatkan Kompetensi Guru (Study Kasus pada SMK Muhammadiyah Parung). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(4), 1150–1156. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i5.539>
- Amri, U., & Yahya, Y. (2021). Pengaruh Biaya Pendidikan terhadap Keputusan Memilih Lembaga Pendidikan. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(5), 2355–22610. <https://edukatif.org/index.php/edukatif/article/view/786>
- Arifin, Z. A. L. S., Sumarwan, U., & Najib, M. (2020). The Influence of Marketing Mix on Brand Image, Motivation and Students Decision to Choose Graduate Studies of IPB University. *Journal of Consumer Sciences*, 5(2), 139–156. <https://doi.org/10.29244/jcs.5.2.139-156>
- Asral, Shafrullah, F., Indrawati, L., Ismail, S., & Suryana, P. (2024). The Influence of Market Strategy and Marketing Mix on Customer Value and its Implications on Home Purchase Decisions (Study on Subsidy Home Buyers in Subsidy Cluster Housing in Bekasi Raya). *Migration Letters*, 8984, 182–194. <https://doi.org/https://doi.org/10.59670/ml.v21i1.5172>
- Brilyana, Y. A. (2023). *Hasil Survei: Kota Bandung Jadi Tujuan Pendidikan hingga Habiskan Masa Tua*. Humas Kota Bandung. <https://www.bandung.go.id/news/read/8760/hasil-survei-kota-bandung-jadi-tujuan-pendidikan-hingga-habiskan-masa>
- Dodi, I. (2019). Menggagas Pendidikan Nilai dalam Sistem Pendidikan Nasional. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 8(3), 109–122. <https://jurnaldidaktika.org/contents/article/view/73>
- Erpurini, W., & Juju, U. (2020). Market Attractiveness Analysis Using Digital Marketing for Higher Education Choices. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 5(3), 28324–28331.
- Fadhli, M. (2020). Sistem Penjaminan Mutu Internal Dan Ekstenal Pada Lembaga Pendidikan Tinggi. *AL-TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(2), 53–65.

- <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v4i2.1148>
- Gulo, E. (2021). Inovasi IPTEK dan Mutu Pendidikan dan Berintegritas. *Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang*, 7(2), 523–546. <https://ssrn.com/abstract=4009724>
- Handayani, D., Badriah, S., & Erihadiana, M. (2022). Sistem Informasi Manajemen Pendidikan Berbasis ICT di Madrasah Aliyah Baabussalaam Kota Bandung. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 2(6), 135. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v2i6.137>
- Hazas Syarif, A., & Habibi, A. (2022). Peran Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri dalam Pengembangan BUMDES Menuju Kemandirian Desa di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 524. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4261>
- Herdiansyah, D., & Kurniati, P. S. (2020). Pembangunan Sektor Pendidikan Sebagai Penunjang Indeks Pembangunan Manusia Di Kota Bandung. *Jurnal Agregasi: Aksi Reformasi Government Dalam Demokrasi*, 8(1), 43–50. <https://doi.org/10.34010/agregasi.v8i1.2765>
- Kotler, P., & Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing*. Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Napitulu, E. L. (2023). *Perguruan Tinggi Swasta Berjibaku Menarik Calon Mahasiswa Baru*. Kompas.id. <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/10/01/perguruan-tinggi-swasta-berjibaku-untuk-dukung-akses-kuliah>
- Narimawati, U., Sarwono, J., Affandi, A., & Priadana, S. (2020). *Ragam Analisis dalam Metode Penelitian: untuk Penulisan Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Andi Offset. <https://books.google.co.id/books?id=bEYMEAAAQBAJ>
- Nicholls, S. (2018). Influences on international student choice of study destination: Evidence from the United States. *Journal of International Students*, 8(2), 597–622. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1249043>
- Nurul Hidayati, M. (2021). Analisis Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia yang Handal dan Profesional (Studi Kasus : IAI An-Nur Lampung). *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 10(2), Hlm. 789-812. <https://doi.org/10.30868/ei.v10i02.2358>
- Oktarini, R., & Rahmayanti, R. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Lembaga Pendidikan (Studi Empiris Pada Sma Intek Pagedangan Tangerang). *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 7(2), 140. <https://doi.org/10.32493/skr.v7i2.7035>
- Purnomo, A., & Saifullah, S. (2022). Tinjauan Utilitarianisme Hukum Atas Penerapan Regulasi Uang Kuliah Tunggal (UKT) di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 4(2), 229–240. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v4i2.1810>
- Puspita, L., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2020). Pengaruh Lokasi, Citra Rumah Sakit, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih RSUD Pasar Minggu. *Ikra-lth*, 2(3), 64–73.
- Putri, A. (2021). Analisis Perbandingan Biaya Kuliah Program Studi S1 Akuntansi Antar Perguruan Tinggi Swasta Di Bekasi. *Paradigma*, 18(1), 46–52. <https://doi.org/10.33558/paradigma.v18i1.2672>
- Putri Nanda, L., Santi, E., & Irda, R. (2022). Pengaruh Minat, Dukungan Orang Tua dan Citra Kampus terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Padang (Studi Empiris pada Mahasiswa Program Studi D-III dan D-IV Akuntansi Politeknik Negeri Padang). *Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Ekonomi Indonesia (JABEI)*, 1(1), 79–85. <https://doi.org/10.30630/jabei.v1i1.14>
- Rasulova, Z. (2020). Conditions and opportunities of organizing independent creative works of students of the direction technology in higher education. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 5060–5062.
- Sitanggang, F. A., Putri, D. E., & Sitanggang, P. A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program Studi Manajemen

Jenjang Strata-1 pada Perguruan Tinggi Swasta dan Perguruan Tinggi Negeri di Kota Jambi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 117. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.300>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Wati, S. (2022). Pentingnya Pendidikan Tentang Anti Korupsi Kepada Mahasiswa. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6), 1827–1834. <http://ulilalbabinstitute.com/index.php/JIM/article/view/438/357>

Yulius Fanggidae, P. (2023). Analisis Hubungan dan Pengaruh Variabel “Marketing Mix 7P” terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Tangerang Raya. *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 20(1), 701–718. <https://doi.org/10.31316/akmenika.v20i1.4356>

