

**Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran, Sistem Pendidikan Perguruan Tinggi,
Status Akreditasi Terhadap Keputusan Mahasiswa
Dalam Memilih Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Padang**

Yenida

*)*Dosen Politeknik Negeri Padang Jurusan Administrasi Niaga*
Email: yenida.zaitul@gmail.com

Elni Sumiarti

*)*Dosen Politeknik Negeri Padang Jurusan Administrasi Niaga*
Email: elnisumiarti@yahoo.co.id

Sarmiadi

*)*Dosen Politeknik Negeri Padang Jurusan Administrasi Niaga*
Email: adhi_95h@yahoo.com

Abstract

Department of Commerce Administration is one of the departments in Padang State Polytechnic, which the Department of Business Administration has two courses namely Study of Business Administration and Study of Business Tour. In each year there was an increase significant interest in the various departments in Padang State Polytechnics well as the Department of Business Administration. Every thing was certainly not out of the strategy which has been conducted by the Department of Business Administration

Therefore, this study a metode termine the effect of the marketing mix involve of Product (Department of Business Administration), price (cost of education), Promotions, location, people, processes and customer services (services). Then the system implemented and the status of Accreditation affects the student's decision in choosing Department of Commerce Administration.

Based on multiple linear analysis showed that the variables put product, price/cost, promotion, place/location, people, process, service consumers (the marketing mix) together and it has significant influence over decision affect in students in deciding to select Department of Commerce Administration with a contribution of 36.6%. Education system variables significantly influence a student's decision in choosing Department of Commerce Administration with weight 4.3% of contribution. Accreditation status variables significantly influence a student's decision in deciding to choose Department of Commerce Administration.

Key words : Marketing mix, the education system, the status of accreditation

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Politeknik Negeri Padang yang merupakan salah satu dari 17 Politeknik pertama yang ada di Indonesia. Politeknik menerapkan sistem pendidikan profesional dengan sistem pembelajaran yang aplikatif serta terus menerus menyesuaikan diri dengan perkembangan dunia

industri dan dunia usahayang ada untuk menghasilkan tenaga kerja yang berkompeten sesuai dengan permintaan pasar dan mampu bersaing pada era persaingan global. Politeknik Negeri Padang menerapkan sistem paket semester dengan sistem pembelajaran 60% praktekdan 40% teori.

Jurusan Administrasi Niaga merupakan salah satu dari jurusan yang ada di Politeknik Negeri Padang,dimana Jurusan Administrasi Niaga mempunyai dua program studi yaitu Program Studi Administrasi Bisnis dan Program Studi Usaha perjalanan wisata.Jurusan Adm Niaga harus mempunyai strategi dalam menggaet calon mahasiwa baru agar tertarik untuk melanjutkan pendidikannya di Politeknik Negerei Padang Khususnya Jurusan Adm Niaga.Diantara strategi yang dilakukan untuk menarik calon mahasiswa untuk memilih jurusan Adm Niaga adalah Strategi Bauran pemasaran jasa, karena strategi bauran pemasaran ini mempunyai keterkaitan dengan bagaimana memasarkan jasa Pendidikan Tinggi.Strategi bauran pemasaran dalam memasarkan jasa pendidikan tinggi yang terdiri dari Produk (Jurusan AN), harga(biaya pendidikan),Promosi, Lokasi, orang, proses danlayanana konsumen

Politeknik Negeri Padang menerapkan sistem pendidikan profesional (Vokasi), termasuk juga Jurusan Adm Niaga, yang berarti Mahasiswa yang berhasil menyelesaikan perkuliahan akan mudah mendapatkan kerja, karena mereka dipersiapkan untuk baik sebagai pekerja maupun pemberi kerja.

Status Akreditasi dari Perguruan tinggi merupakan cerminan dari kinerja perguruan tinggi yang bersangkutan yang menggambarkan mutu, efisiensi dan relevansi dari perguruan tinggi yang diselenggarakan. Suatu perguruan tinggi atau khususnya jurusan (Prodinya) yang mempunyai Akreditasi baik, maka akan membuat mahasiswa semakin yakin untuk melanjutkan pendidikannya pada perguruan tinggi tersebuttermasuk dalam memilih jurusan. Politeknik Negeri Padang memiliki Akreditasi B, dan Program Studi Bisnis yang merupakan salah satu prodi di Jurusan adm Niaga Politeknik Negeri Padang memiliki Akreditasi B, sedangkan program studi Usaha Perjalanan Wisata memiliki Akreditasi C yang berarti sudah memenuhi standar minimum yang diisyaratkan oleh Badan Akreditasi Nasional.

Berdasarkan fenomena strategi-strategi yang dilakukan jurusan Adm Niaga tersebut maka penulis berminat untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran, sistem pendidikan perguruan tinggi, Status Akreditasi Terhadap keputusan mahasiwa dalam memilih jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Padang”

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari bauran pemasaran yang terdiri dari Produk (Jurusan AN), harga (biaya pendidikan), Promosi, Lokasi, orang, proses dan *customer services*(pelayanan) terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Jurusan AN
2. Untuk mengetahui bahwa sistem pendidikan profesional (vokasi) yang diterapkan Politeknik Negeri Padang dan Khususnya jurusan AN berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan AN
3. Untuk mengetahui status akreditasi perguruan tinggi khususnya pada jurusan AN berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan AN

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Bauran Pemasaran Jasa

Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang ditetapkan bisa berjalan lancar dan sukses. Bauran pemasaran barang berbeda dengan bauran pemasaran jasa, dimana bauran pemasaran barang dikenal dengan 4P yaitu produk(*Product*), harga(*Price*), promosi(*Promotion*) dan tempat(*place*). Untuk bauran pemasaran jasa selain 4P tersebut para pakar pemasaran menambah tiga unsur lagi Lupiyoadi dan Hamdani (2006) yaitu *people*, *process*, dan *customer services*

Dengan demikian menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006) unsur bauran pemasaran jasa terdiri dari tujuh hal yaitu

1). Produk

Produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Yang perlu diperhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk itu saja tetapi membeli manfaat dan nilai dari produk tersebut yang disebut "*the offer*" Yang dimaksud dengan produk jasa adalah total produk.

2). Harga

1. Penentuan Harga

Strategi penentuan harga (*Pricing*) sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk, serta keputusan konsumen untuk membeli

2. *Tempat(Sistem Penyampaian Jasa)*

Tempat dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

3).*Promosi*

Hal yang perlu diperhatikan dalam promosi adalah pemilihan bauran promosi (*promotion mix*). Bauran promosi terdiri atas :

- Iklan (*advertising*)
- Penjualan perorangan (*personal selling*)
- Promosi penjualan (*sales promotion*)
- Hubungan masyarakat (*public relation*)
- Informasi dari mulut kemulut (*word of mouth*)
- Surat pemberitahuan langsung(*direct mail*)

4).*Orang*

Adalah orang-orang yang terlibat langsung dalam menjalankan segala aktifitas perusahaan, dan merupakan faktor yang memegang peranan penting bagi semua organisasi. Dalam perusahaan jasa unsur *people* ini bukan hanya memainkan peranan penting dalam bidang produksi atau operasional saja, tetapi juga dalam melakukan hubungan kontak langsung dengan konsumen. Perilaku orang-orang yang terlibat langsung ini sangat penting dalam mempengaruhi mutu jasa yang ditawarkan dan *image* perusahaan jasa yang bersangkutan.

5).*Proses*

mempunyai arti suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktifitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Untuk perusahaan jasa, kerjasama antara *marketing* dan operasional sangat penting dalam elemen *process* ini, terutama dalam melayani segala kebutuhan dan keinginan pelanggan (konsumen) secara cepat dan tepat.

6). *Layanan Konsumen (customer services)*

Layanan konsumen pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai hasil dari kegiatan distribusi dan logistic, dimana pelayanan diberikan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan.

2.2 Sistem Pendidikan Tinggi

Sistem Pendidikan tinggi terdiri dari (Kemendibud)

- (1) pendidikan akademik yang memiliki fokus dalam penguasaan ilmu pengetahuan dan
- (2) pendidikan vokasi yang menitikberatkan pada persiapan lulusan untuk mengaplikasikan keahliannya.

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas) dijelaskan bahwa pendidikan vokasi merupakan pendidikan tinggi yang mempersiapkan peserta didik untuk memiliki pekerjaan dengan keahlian terapan tertentu maksimal setara dengan program sarjana. Bentuk penyelenggaraan pendidikan vokasi terdiri dari Program Diploma 1 (D-1), Diploma 2 (D-II), Diploma 3 (D-III), dan Diploma 4 (D-IV). Dalam Undang-undang Nomor 12 tahun 2012 tentang Perguruan Tinggi, pendidikan vokasi dapat melaksanakan program ke strata yang lebih tinggi lagi, yakni Magister Terapan (S-2) dan Doktor Terapan (S-3).

Karakteristik khusus pendidikan vokasi(Politeknik) adalah kurikulum berbasis kompetensi dengan istilah KBK dengan program studi yang lebih memberatkan kepada aspek keterampilan (skill) dan penggunaan teknologi dan KBK menekankan aspek penguasaan secara komprehensif pada sebuah program studi, sehingga relevan dengan kebutuhan masyarakat.

2.3. Akreditasi

Akreditasi merupakan salah satu bentuk sistem jaminan mutu eksternal yaitu suatu proses yang digunakan lembaga yang berwenang dalam memberikan pengakuan formal bahwa suatu institusi mempunyai kemampuan untuk melakukan kegiatan tertentu. Dengan demikian,akreditasi melindungi masyarakat dari penipuan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. .Ciri akreditasi adalah penilaian yang dilakukan oleh pakar sejawat dari luar institusi terkait (*external peer reviewer*), dan dilakukan secara voluntir bagi perguruan tinggi yang menyelenggarakan suatu program studi..

Pasal-pasal dalam Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang berkenaan dengan system akreditasi perguruan tinggi adalah sebagai berikut.

Pasal 60:

- (1) Akreditasi dilakukan untuk menentukan kelayakan program dan satuan pendidikan pada jalur pendidikan formal dan non formal setiap jenjang dan jenis pendidikan.
- (2) Akreditasi terhadap program dan satuan pendidikan dilakukan oleh Pemerintah dan /atau lembaga mandiri yang berwenang sebagai bentuk akuntabilitas publik.
- (3) Akreditasi dilakukan atas dasar kriteria yang bersifat terbuka.
- (4) Ketentuan mengenai akreditasi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), ayat (2) dan ayat (3) diatur lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

(BAN-PT,2011)

Tujuan dan manfaat akreditasi institusi perguruan tinggi adalah sebagai berikut (BAN-PT,2011)

1. Memberikan jaminan bahwa institusi perguruan tinggi yang terakreditasi telah memenuhi standar mutu yang ditetapkan oleh BAN-PT, sehingga mampu memberikan perlindungan bagi masyarakat dari penyelenggaraan perguruan tinggi yang tidak memenuhi standar.
2. Mendorong perguruan tinggi untuk terus menerus melakukan perbaikan dan mempertahankan mutu yang tinggi
3. Hasil akreditasi dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam transfer kredit, usulan bantuan dan alokasi dana, serta mendapat pengakuan dari badan atau instansi yang berkepentingan

2.4 Prilaku Konsumen

Zaltman dan Wallendorf dalam Mangkunegara,2005 (dalam Kalsum, 2008, dalam yenida,2013) menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses dalam hubungan social yang dilakukan individu, kelompok dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan dan sumber lainnya.

Proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan ini dinyatakan sebagai prilaku dari seseorang atau konsumwen. Dengan demikian secara sederhana dapat dinyatakan bahwa perilaku konsumenadalah suatu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, menggunakan (memakai, mengkonsumsi) dan menghabiskan produk (barang dan jasa) termasuk proses mendahului dan mengikuti tindakan ini

Yazid (2003) menjelaskan bahwa prilaku konsumen jasadimulainya dari Proses Pembelian Jasa, dimana proses pembelian dapat dipandang sebagai satu rangkaian yang terdiri

dari lima tahapan yaitu, kesadaran akan adanya kebutuhan , pencarian alternative, evaluasi alternative, keputusan beli,dan perasaan setelah pembalian

2.5. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian Edwin Padomoan (2003 tentang “Analisis Prilaku Mahasiswa Dalam Mengambil Keputusan terhadap Pilihan Program Studi Diploma III Di Kota Pontianak” Dimanafaktor Pribadi(motivasi, pembelajaran, sikap dan persepsi), bauran pemasaran (,produk, harga, promosi, lokasi, orang ,partisipasi, proses dan lingkungan fisik), dan factor lingkungan eksternal(kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan keluarga)secara simultan mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih program studi Diploma III di Kota Pontianak.

Rusno (2008) dengan judul penelitiannya “Pengaruh Karakteristik Individu, Lingkungan dan Bauran Pemasaran PTS terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Melanjutkan Studi Pada PTS Di Kota Malang”, menyatakan bahwa variabel-variabel dari faktor karakteristik individu konsumen(motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap), variable dari lingkungan (kebudayaan, kelas social dan kelompok referensi) dan variable bauran pemasaran (produk, harga, promosi, tempat, orang ,proses dan lingkungan fisik) secara simultan mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam melanjutkan studi pada Perguruan tinggi Swasta di Kota Malang.

Eka Umi Kalsum (2008), dalam penelitiannya yang berjudul” Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas al-Azhar Medan” menyatakan bahwa variabel-variabel dari bauran pemasaran yang terdiri dari Produk, biaya, promosi, lokasi, orang, Proses dan pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi secara sangat signifikan (*highly significant*) terhadap keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas al-Azhar Medan.

Yenida dkk (2013)dengan judul penelitiannya “ Pengaruh produk dan Promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih Jusan Adm Niaga PNP” mewnyatakan bahwa produk dan promosi secara simultan mempengaruhi mahasiswa memilih Jusan Adm Niaga PNP

2.8 Hipotesa

Berdasarkan latar belakang dan berkenaan dengan perumusan masalah maka peneliti merumuskan hipotesa sebagai berikut:

1. Diduga strategi bauran pemasaran Jurusan Adm Niaga mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan AN

2. Diduga sistem pendidikan tinggi yang diterapkan oleh Jurusan Adm Niaga mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan Adm Niaga
3. Diduga status akreditasi program studi yang berada pada jurusan Adm Niaga mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan Adm Niaga

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Padang untuk tingkat satu dan tingkat dua

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif.

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini Populasinya adalah mahasiswa tingkat I (satu) dan tingkat II (dua) jurusan Administrasi niaga yang terdiri dari dua program studi yaitu program studi administrasi bisnis dan program studi usaha perjalanan wisata tahun III tidak diambil karena mahasiswa III UPW sedang melakukan Praktek Kerja Lapangan. jumlah populasi tahun I dan tahun II Jurusan Adm Niaga Politeknik Negeri pada saat ini adalah 255 orang. Teknik penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin yaitu sebagai berikut (Sugiyono.2006)

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

dimana :

n = ukuran sampel N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, misalnya 5%.

Dalam hal pemilihan sampel digunakan dengan metode *Proportionate Stratified Random Sampling* (Pemilihan sampel acak berdasarkan strata dilakukan dengan terlebih dahulu mengklasifikasikan suatu populasi kedalam sub-sub populasi berdasarkan karakteristik tertentu dari elemen populasi misalnya jenis kelamin, tahun angkatan Dan lain-lain (Indriantoro dkk,1999) Untuk menentukan siapa yang akan dijadikan responden dari masing-masing strata dilakukan secara acak atau random.

3.4 Teknik Pengumpulan Data Dan jenis Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan menggunakan kuesioner. Dan kuesioner yang dilakukan dengan menggunakan skala likert. Dalam kuesioner tersebut terdapat lima alternatif jawaban dengan skor 5 sampai 1 (Sugiyono, 2006).

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah

1. Data Primer yang merupakan data yang diperoleh dengan melakukan wawancara dan menyebarkan kuesioner pada responden dari penelitian ini
2. Data Sekunder yang merupakan data yang berasal dari buku-buku, jurnal, dokumen, peraturan-peraturan yang berhubungan dengan penelitian ini

3.5 Metode Analisis Data

Untuk mengetahui pengaruh faktor bauran pemasaran (produk, harga, promosi, tempat, orang, proses dan layanan konsumen) jurusan AN, faktor sistem pendidikan perguruan tinggi yang diterapkan dan status akreditasi yang merupakan variabel independen, sedangkan keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Padang yang merupakan variabel dependen, maka penulis menggunakan regresi berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + B_7X_7 + B_8X_8 + B_9X_9 + e$$

Berdasarkan Hipotesa yang dikemukakan di awal maka, persamaan regresi berganda tersebut diuraikan berdasarkan per hipotesa

3.5.1 Model Analisis Hipotesa pertama

Hipotesa pertama dalam penelitian ini yaitu:

- a. $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = b_7 = 0$ (Faktor strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk /program Studi, Harga/biaya, promosi, orang, place/tempat, Proses, layanan konsumen) tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga Politeknik Negeri Padang
- b. $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq b_6 \neq b_7 \neq 0$ Faktor strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk /program Studi, Harga/biaya, promosi, orang, place/tempat, Proses, layanan

konsumen) berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga Politeknik Negeri Padang

Dimana model regresi linear bergandanya adalah

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + B_7X_7 + e$$

3.5.2 Model Analisis Data Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah Sistem Pendidikan Perguruan Tinggi mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih Jurusan Adm Niaga Politeknik Negeri Padang

- a. $H_0 : b_8 = 0$ (Yang artinya Sistem Pendidikan Perguruan Tinggi tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Jurusan Adm Niaga Politeknik Negeri Padang)
- b. $H_a : b_8 \neq 0$ (Yang artinya Sistem Pendidikan Perguruan Tinggi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Jurusan Adm Niaga Politeknik Negeri Padang)

Model Persamaan regresi linear sederhana

$$Y = B_0 + B_8X_8 + e$$

3.5.3 Model Analisis Data Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah status akreditasi mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih Jurusan Adm Niaga Politeknik Negeri Padang

- c. $H_0 : b_9 = 0$ (Yang artinya status akreditasi tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Jurusan Adm Niaga Politeknik Negeri Padang)
- d. $H_a : b_9 \neq 0$ (Yang artinya status akreditasi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Jurusan Adm Niaga Politeknik Negeri Padang)

Model Persamaan regresi linear sederhana

$$Y = B_0 + B_9X_9 + e$$

3.6. Identifikasi Variabel

3.6.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (*Independent Variable*) dalam penelitian ini adalah keseluruhan adalah keseluruhan bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk /program Studi (X_1), Harga/biaya (X_2), promosi(X_3), orang(X_4), place/tempat(X_5), Proses(X_6), layanan konsumen (X_7), (system pendidikan yang diterapkan(X_8), status akreditasi (X_9))

3.6.2 Variabel Terikat(*dependen Variable*)

Variabel terikat (*dependen Variable*) dalam penelitian ini adalah keputusan mahasiswa Memilih Jurusan Adm Niaga sebagai tempat melanjutkan pendidikan kejenjang perguruan tinggi (Y) yaitu keseluruhan upaya atau tidakan dari mahasiswa yang secara langsung dalam usahanya untuk memilih Jurusan Adm Niaga untuk menuntut ilmu ketingkat yang lebih tinggi

4. Pembahasan Dan Hasil Pengujian

4.1. Pengujian Hipotesa I

4.1.1. Regresi linear berganda

Dari hasil uji hipotesa pertama yaitu produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), Place/tempat(X_4), Orang (X_5), proses (X_6), layanan masyarakat (X_7) berpengaruh nyata terhadap keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga Politeknik Negeri Padang (Y), untuk melanjutkan pendidikannya ke tingkat perguruan tinggi. Dengan demikian hipotesa bahwa “Diduga strategi bauran pemasaran (produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), Place/tempat(X_4), Orang (X_5), proses (X_6), layanan masyarakat (X_7)) Jurusan Adm Niaga mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan AN” dapat diterima

Berdasarkan dari pengolahan data primer dengan menggunakan program SPSS, maka didapat hasil regresi linear berganda(Ridwan,2011) sebagaimana yang tergambar dari tabel 5.10 berikut

Tabel 4. 5. Hasil Regresi Linear Berganda Hipotesa Pertama

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.930	2.332		2.544	.012
Produk (X1)	.050	.131	.029	.380	.705
Harga(X2)	-.172	.096	-.160	-1.781	.077
Promosi(X3)	.537	.108	.377	4.984	.000
Tempat(X4)	.145	.070	.181	2.083	.039
Orang (X5)	.145	.150	.101	.970	.334
Proses (X6)	.093	.127	.070	.733	.465
Layanan Kons(X7)	.219	.105	.202	2.086	.039

Sumber:hasil pengolahan SPSS17,0 for window(2013)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas maka hasil dari persamaa regresi linear berganda dalam penelitian ini bedasarkan hipotesa pertama adalah sebagai berikut

$$Y = 5.930 + 0.0500 X_1 - 0.172X_2 + 0.537X_3 + 0.145X_4 + 0.145X_5 + 0.093X_6 + 0.219X_7$$

Dari persamaan diatas dapat diuraikan sebagai berikut

Berdasarkan persamaan diatas juga maka dapat dijelaskan bahwa koefisien regresi dari variabel strategi bauran pemasaran (produk (X_1), promosi (X_3), Place/tempat(X_4), Orang (X_5), proses (X_6), layanan masyarakat (X_7)) bertanda positif berarti bahwa perubahan kenaikan variable X akan menyebabkan juga kenaikan dari variable Y(keputusan mahasiswa memilih jurusan adm niaga) kecuali harga (X_2). Dimana harga berbanding terbalik dengan keputusan mahasiswa yang artinya jika harga dalam hal ini biaya yang dikeluarkan meningkat maka keputusan mahasiwa dalam memilih jurusan adm niaga berkurang, hal ini sesuai dengan hukum permintaan

Tabel 4.6: Hasil Uji Koefisien Determinant Hipotesa Pertama

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.605 ^a	.366	.336	3.097

Sumber:hasil output SPSS17,0 for window

Nilai dari korelasi antara variabel bebas (strategi bauran Pemasaran) dengan variabele terikat (Keputusan mahasiswa dalam memilih) adalah sebesar 0,605 yang berarti mempunyai hubungan yang kuat dan positif(Hasan,2009) ini digambarkan pada tabel 4.6. Pada tabel tersebut dapat juga diketahui bahwa besarnya R Square adalah sebesar 0,366 atau 36,6 % , ini menjelaskan bahwa variabel bebas yang diteliti yaitu strategi bauran pemasaran dapat menjelaskan 36,6% terhadap variable terikat (keputusan mahasiwa memilih), yang artinya kontribusi dari variabel strategi bauran pemasaran adalah 36,6% sehingga mempengaruhi keputusan mahasiwa memilih jurusan Adm Niaga Politeknik Negeri Padang. Sedangkan sisanya sebesar 64,4 % adalah dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan oleh model penelitian ini.

4.1.2 Uji t (parsial)

Uji ini dilakukan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas strategi bauran pemasaran(produk ,harga, promosi,tempat/lokasi, orang, proses, dan layanan masyarakat/konsumen) dalam menerangkan variabel dependen (keputusan mahasiswa memilih Jurusan AN)).

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dijelaskan sebagai berikut

1. Variabel Produk (X_1)

Dari tabel 4.5 diatas $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $0,380 < 1,9761$ maka H_01 diterima, artinya produk tidak berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan Adm Niaga. Hal tersebut mendukung penelitian yang dilakukan oleh Pardomoan, yenido. Dimana produk tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan Adm.

2. Variabel Harga/ Biaya (X_2)

Dari tabel diatas $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-1,781 < 1,9761$ maka H_02 diterima, artinya harga/biaya tidak berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan Adm. Hal tersebut mendukung penelitian yang dilakukan oleh Pardomoan. Dimana harga/biaya tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan Adm.

3. Promosi (X_3)

Dari tabel 4.5 diatas $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,984 > 1,9761$ maka H_03 ditolak dan H_a diterima, artinya promosi berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga. Hal ini mendukung penelitian Kalsum, Rusno, Yenido dan Pardomoan yang menyata promosi sangat mempengaruhi mahasiswa dalam memilih Perguruan tinggi. Jurusan Adm Niaga Politeknik Negeri Padang telah melakukan berbagai macam promosi untuk mengenalkan jurusannya pada calon mahasiswa baru meliputi antara lain memasang spanduk kampus, iklan di surat kabar, radio dan lain sebagainya. Dengan demikian maka calon mahasiswa akan tertarik untuk melanjutkan pendidikannya di Jurusan Adm Niaga Politeknik Negeri Padang

4. Variabel tempat/Lokasi (X_4).

Dari tabel 4.5 diatas $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,083 > 1,9761$, maka $H_0 4$ ditolak dan H_a diterima, artinya Variabel tempa/Lokasi berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga. Hal ini mendukung penelitian Kalsum dan Rusno yang menyatakan tempat/Lokasi sangat mempengaruhi mahasiswa dalam memilih Perguruan tinggi. Tempat /lokasi sangat mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam mewmilih Jurusan Adm Niaga karena dengan lingkungan yang nyaman dan aman akan membuat calon mahasiswa akan tertari untuk melanjutkan pendidikannya di Jurusan Adm Niaga Politeknik Negeri Padang. Misalnya jauh dari kebisingan, ada ruang belajar, perpustakaan, laboratorium yang lengkap dan nyaman, tempat peribadatan dan lain sebagainya.

5. Variabel orang (X_5)

Dari tabel di atas $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,970 < 1,9761$ maka H_0 5 diterima, artinya Orang tidak berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga. Hal ini sesuai dengan penelitian dari Pardomoan dan Rusno dimana orang tidak mempengaruhi keputusan memilih perguruan tinggi. Meskipun tidak berpengaruh, namun perlu diperhatikan karena variabel orang mempunyai hubungan positif sehingga dapat diartikan semakin profesional bekerjanya akan mempengaruhi mahasiswa dalam memilih. Pentingnya orang di dalam pemasaran jasa mengarah pada minat yang lebih besar dalam pemasaran internal.

6. Variabel Proses (X_6)

Dari tabel di atas $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,733 < 1,9761$ maka H_0 6 diterima, artinya proses tidak berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga. Hal ini sesuai dengan penelitian dari Pardomoan dan Rusno dimana proses tidak mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi.

7. Variabel Layanan konsumen/masyarakat (X_7)

Dari tabel 4.5 di atas $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,066 > 1,9761$, maka H_0 4 ditolak dan H_a diterima, artinya Variabel layanan konsumen berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga. Hal ini mendukung penelitian kalsum yang menyatakan layanan konsumen sangat mempengaruhi mahasiswa dalam memilih Perguruan tinggi.

4.2.1.3. Uji Statistik F

Uji statistik F untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel-variabel independen yaitu strategi bauran pemasaran {produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), Place/tempat (X_4), Orang (X_5), proses (X_6), layanan masyarakat/konsumen (X_7)}, terhadap variabel dependen yaitu keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan Adm Niaga

.Model persamaan yang digunakan adalah model linear:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

Untuk menguji apakah model linear tersebut sudah tepat, F_{hitung} pada tabel anova perlu dibandingkan dengan F_{tabel} .

Selain membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} , ada cara yang lebih mudah untuk menentukan ketepatan model di atas, yaitu dengan membandingkan probabilitas (pada tabel Anova tertulis Sig) dengan taraf nyatanya (0,05 atau 0,01).

1. Jika probabilitasnya $> 0,05$ maka model ditolak
2. Jika probabilitasnya $< 0,05$ maka model diterima

Berikut ini adalah tabel Uji F :

Tabel 4.7 Hasil Uji F (serempak) Hipotesa Pertama

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	813.999	7	116.286	12.126	.000 ^a
	Residual	1409.678	148	9.590		
	Total	2223.677	155			

a. Predictors: (Constant), Layanan Kons(X7), Promosi(X3), Produk (X1), Tempat(X4), Proses (X6), Harga(X2), Orang(X5)

Tabel 4.7 adalah hasil analisis regresi berganda-output ANOVA. ANOVA atau analisis varian merupakan uji koefisien regresi secara bersama-sama (uji F) untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen, yaitu strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk ,harga, promosi,tempat/lokasi, orang, proses, dan layanan masyarakat/ konsumen terhadap variabel dependen, yaitu Keputusan mahasiswa memilih jurusan Adm Niaga.

Dalam hal ini peran ANOVA adalah untuk menguji pengaruh seluruh variabel independen, yakni; produk ,harga, promosi,tempat/lokasi, orang, proses, dan layanan masyarakat/ konsumenterhadap variabel dependen, yakni; keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 95 % atau 0,05.

Angka F hitung sesuai tabel adalah 12,126, sedangkan F tabel dari tabel F adalah 1,94, dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak. Selain itu nilai signifikansi adalah 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara produk ,harga, promosi,tempat/lokasi, orang, proses, dan layanan masyarakat/ konsumen, terhadap keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga secara simultan. Perolehan ini sesuai dengan hasil penelitian dari kalsum(2008) yang menyatakan bahwa strategi bauran pemasaran secara bersama-sama mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi.Dan juga sesuai dengan perolehan Yazid dalam kalsum(2008) yang menyatakan bahwa bauran pemasaran terdiri dari semua variable yang bisa dikontrol perusahaan dalam komunikasinya akan dipakai untuk memuaskan konsumen sasaran..

Hal senada juga diungkap oleh Payne dalam Kalsum(2008), bahwa produk jasa, harga , ketersediaan jasa dan lokasi jasa(tempat),promosi, orang, proses dan pelayanan pelanggan dapat dimanfaatkan untuk memuaskan konsumen.

4.3. Pengujian hipotesa kedua

Hipotesa kedua menyatakan bahwa diduga sistem pendidikan tinggi yang diterapkan oleh Jurusan Adm Niaga mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan Adm Niaga

4.3.1 Regresi Linear sederhana

Hasil uji hipotesa kedua dapat dilihat dari tabel 4.8 berikut ini, dimana sistem pendidikan Perguruan tinggi berpengaruh nyata terhadap keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga Politeknik Negeri Padang (Y), untuk melanjutkan pendidikannya ke tingkat perguruan tinggi. Dengan demikian hipotesa bahwa “diduga sistem pendidikan tinggi yang diterapkan oleh Jurusan Adm Niaga mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan Adm Niaga” dapat diterima

Berdasarkan dari pengolahan data primer, maka didapat hasil regresi linear sederhana sebagaimana yang tergambar dari tabel 4.8 berikut yaitu

Tabel 4.8 : Hasil regresi linear sederhana hipotesa Kedua

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.575	2.556		5.702	.000
	Sistem Penddk(X8)	.389	.148	.208	2.633	.009

Sumber:hasil output SPSS17,0 for window

Berdasarkan tabel 4.8 didapat persamaan regresi linear sederrhana yaitu

$$Y = 14.575 + 0,389X$$

Dimana

Y = Keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga (Variabel terikat)

X = Sistem Pendidikan (Variabel bebas)

Dari persamaan regresi tersebut diatas terlihat bahwa koefisien regresi bertanda positif yang artinya perubahan kenaikan yang terjadi pada variable Y searah dengan variable X

Berdasarkan tabel 4.9 nilai nilai koefisien korelasinya adalah 0,208 yang berarti adalah korelasi positif antara sistem pendidikan dengan keputusan mahasiwa dalam memilih jurusan Adm Niaga, dimana korelasi ini lemah tetapi bersifat pasti(Hasan,2009). Koefisien determinan atau R square dipergunakan untuk mengukur kontribusi dari variabel bebas yaitu sistem

pendidikan (X) terhadap variabel terikat yaitu keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga adalah sebesar 0,043 seperti yang digambarkan tabel 4.9. hal ini menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh sistem pendidikan terhadap keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga hanya 4,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yaitu sebesar 96,7%

Tabel 4.9 :Hasil Uji Koefisien Determinan hipotesa kedua

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.208 ^a	.043	.037	3.729

Sumber:hasil output SPSS17,0 for window

4.3.2 Uji Statistik F(Simultan)

Uji statistik F untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel independen yaitu sistem pendidikan terhadap keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga

.Model persamaan yang digunakan adalah model linear:

$$Y = a + b_1X_1 + e$$

Dari tabel 4.10 diperoleh nilai F_{hitung} adalah sebesar 6.932 dengan signifikansi 0,00, sedangkan F_{tabel} adalah 3.90 yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ tolak H_0 , terima H_a yang maksudnya Sistem pendidikan mempengaruhi terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan Adm Niaga.

Tabel 4.10. Uji Statistik F hipotesa kedua

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	96.386	1	96.386	6.932	.009 ^a
	Residual	2127.292	154	13.904		
	Total	2223.677	155			

Sumber:hasil output SPSS17,0 for window

a. Predictors: (Constant), Sistem Pendidikan(X8)

b. Dependent Variable: Kep Konsumen(Y)

Selain membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} , ada cara yang lebih mudah untuk menentukan ketepatan model di atas, yaitu dengan membandingkan probabilitas (pada tabel statistik uji F tertulis Sig) dengan taraf nyatanya (0,05 atau 0,01).

3. Jika probabilitasnya $> 0,05$ maka model ditolak
4. Jika probabilitasnya $< 0,05$ maka model diterima

Berdasarkan tabel 4.10 terlihat nilai uji F yaitu 0.00 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang bermakna *highly significant* yang menunjukkan bahwa Sistem pendidikan mempengaruhi terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan Adm Niaga.

4.4 Pengujian Hipotesa Ketiga

Hipotesa ketiga menyatakan bahwa “Diduga status akreditasi program studi yang berada pada jurusan Adm Niaga mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan Adm Niaga”

4.4.1 Pengujian Regresi Linear Sederhana

Hasil uji hipotesa ketigadapat dilihat dari tabel 4.11 berikut ini,dimana Status akreditasi berpengaruh nyata terhadap keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga Politeknik Negeri Padang (Y), untuk melanjutkan pendidikannya ke tingkat perguruan tinggi. Dengan demikian hipotesa bahwa “diduga status akreditasi program studi yang berada pada jurusan Adm Niaga mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan Adm Niaga” dapat diterima

Berdasarkan dari pengolahan data primer, maka didapat hasil regresi linear sederhana sebagaimana yang tergambar dari tabel 4.11 berikut yaitu

Tabel 4.11 : Hasil regresi linear sederhana hipotesa Ketiga

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	12.074	2.521		4.790	.000
	Akreditasi (X9)	.277	.076	.284	3.668	.000

Sumber:hasil output SPSS17,0 for window

Berdasarkan tabel 4.11 didapat persamaan regresi linear sederrhana yaitu

$$Y = 12.074 + 0,277X$$

Dimana

Y = Keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga (Variabel terikat)

X = Status akreditasi (Variabel bebas)

Dari persamaan regresi tersebut diatas terlihat bahwa koefisien regresi bertanda positif yang artinya perubahan kenaikan yang terjadi pada variable Y searah dengan variable X

Berdasarkan tabel 4.11 nilai nilai koefisien korelasinya adalah 0,284 yang berarti adalah adanya korelasi yang positif antara status akreditasi dengan keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan Adm Niaga, dan korelasi ini adalah lemah tetapi pasti(Hasan,2009)

Nilai koefisien determinan atau R square dipergunakan untuk mengukur kontribusi dari variable bebas yaitu Status akreditasi (X) terhadap variabel terikat yaitu keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga adalah sebesar 0,081 seperti yang digambarkan tabel 4.11. hal ini menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh status akreditasi terhadap keputusan mahasiswa memilih

Jurusan Adm Niaga hanya 8,1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yaitu sebesar 91,9%

Tabel 4.12 :Hasil Uji Koefisien Determinan hipotesa ketiga

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.284 ^a	.081	.075	3.655

Sumber:hasil output SPSS17,0 for window

4.4.2 Uji Statistik F(Simultan)

Uji statistik F untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel independen yaitu status akreditasi terhadap keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga

.Model persamaan yang digunakan adalah model linear:

$$Y = a + b_1X_1 + e$$

Dari tabel 4.12 diperoleh nilai F_{hitung} adalah sebesar 13.456 dengan signifikan 0,00, sedangkan F_{tabel} adalah 3.90 yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ tolak H_0 , terima H_a yang maksudnya Status akreditasi mempengaruhi terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan Adm Niaga.

Tabel 4.13. Uji Statistik F hipotesa ketiga

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	179.756	1	179.756	13.456	.000 ^a
	Residual	2043.921	154	13.359		
	Total	2223.677	155			

a. Predictors: (Constant), Akreditasi (X9)

Selain membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} , ada cara yang lebih mudah untuk menentukan ketepatan model di atas, yaitu dengan membandingkan probabilitas (pada tabel 5.17)statistik uji F tertulis Sig) dengan taraf nyatanya (0,05 atau 0,01).

Jika probabilitasnya $> 0,05$ maka model ditolak

Jika probabilitasnya $< 0,05$ maka model diterima

Berdasarkan tabel 5.17 terlihat nilai uji F yaitu 0.00 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang bermakna *highly significant* yang menunjukkan bahwa Status akreditasi mempengaruhi terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan Adm Niaga.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang dilakukan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Berdasarkan analisis linear berganda didapatkan hasil sebagai berikut
 - a. Secara bersama-sama variabel produk, harga/biaya, promosi, tempat/lokasi, orang, proses, layanan konsumen(strategi bauran pemasaran) berpengaruh secara signifikan mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memutuskan memilih Jurusan Adm Niaga dengan kontribusi sebesar 36,6%
 - b. Variabel sistem pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memutuskan memilih Jurusan Adm Niaga dengan kontribusi sebesar 4,3%
 - c. Variabel status akreditasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memutuskan memilih Jurusan Adm Niaga
2. Bauran pemasaran, Sistem pendidikan dan status akreditasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memutuskan memilih Jurusan Adm Niaga

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan maka dapat disaran hal-hal sebagai berikut

1. Berdasarkan hasil perhitungan maka perlu pihak jurusan untuk lebih mengoptimalkan promosi mengenai jurusan Adm Niaga untuk responden berasal dari luar kota
2. Harus lebih banyak mensosialisasikan tentang system pendidikan yang diterapkan Politeknik Negeri Padang khususnya jurusan Adm Niaga
3. Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian sejenis dapat memanfaatkan penelitian ini dengan menambah variabel-variabel yang baru sehingga akan didapatkan hasil yang benar-benar tepat bagi pengembangan dunia pendidikan

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Akreditasi Nasional institusi Perguruan Tinggi,2011, *Buku Satu Naskah Akademik*, Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi, Jakarta
- Badan Akreditasi Nasional institusi Perguruan Tinggi,2011, *Buku Dua Standar Dan Prosedur*, Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi, Jakarta
- Fandy Tjiptono, 2004, *Pemasaran Jasa*, Bayu Media Malang.
- Hasan, Iqbal, 2009, *Pokok Materi Statistik I(Statistik Deskriptif, Edisi kedua*, PT Bumi Aksara, Jakarta

- Indriantoro dan Supomo, 1999, *Metodologi Penelitian Bisnis, Untuk Akuntansi & Manajemen*, edisi pertama, Penerbit BPFE, Yogyakarta
- Kalsum,EkaUmi (2008) *Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas al-Azhar Medan*,Tesis Sekolah Pasca Sarjana Universitas Sumatera Utara, Medan
- Lupiyoadi dan Hamdani,2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit Salemba, Jakarta 1
- Pardomoan, Edwin (2003), *Analisis Prilaku Mahasiswa Dalam Mengambil Keputusan Terhadap pilihan Program studi Diploma III Di Kota Pontianak*, Tesis Magister Manajemen Bidang Manajemen Pemasaran , PPS-UB
- Riduwan dkk,2011, *Cara Mudah Belajar SPSS 17,0 Dan Aplikasi Statistik Penelitian*, Alfabeta, Bandung
- Rusno,2008, *Pengaruh Karakteristik Individu, Lingkungan dan Bauran Pemasaran PTS terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Melanjutkan Studi Pada PTS Di Kota Malang* Jurnal Ekonomi Modernisasi, Fakultas Ekonomi Universitas kejuruan Malang, Volume 4. Nomor 1, Februari 2008
- Somantri, Ating dan Muhidin,Sambas Ali,2006, *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*, Penerbit Pustaka Setia, Bandung
- Sugiyono, 2006, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan kesembilan Bandung, AlfabetaUU No 20 Tahun 2003, Sisitim pendidikan nasional (SIDIKNAS)
- UU No. 12 Tahun 2012, tentang Perguruan Tinggi, pendidikan vokasi www.dikti.go.id Kementrian Pendidikan dan kebudayaan, *sistem Pendidikan Tinggi*, di unduh tanggal 28 Juni 2013
- Yazid,2003, *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*, Penerbi Ekonisia, Yogyakarta
- Yenida dkk,2013,*Pengaruh produk dan Promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih Jurusan Adm Niaga PNP*, Jurnal Polibisnis , Ekonomi dan Bisnis, Volume 5 No.2 Oktober 2013. ISSN 1858-3717