



SJMB: *Scientific Journal of Management and Business*.
Volume 2 Nomor 1 Tahun 2022 ; p-ISSN: 2776-009X ; online -ISSN: 2807-5897

Available online at <http://e-journal.uniflor.ac.id/index.php/sjmb>

Received: Februari 2022	Accepted: Maret 2022	Published : April 2022
-------------------------	----------------------	------------------------

Pengaruh Lingkungan, Citra Perguruan Tinggi, Motivasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Universitas Flores

Yolanda Triana L. Aga¹, Rafael Octavianus Byre², Yulius Langga³

¹²³Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Flores

tryaga@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah lingkungan, citra perguruan tinggi, motivasi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Universitas Flores. Penelitian ini termasuk penelitian kausalitas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Flores dengan teknik simple random sampling, dengan responden berjumlah 100 mahasiswa. Pengumpulan data menggunakan kuesioner sedangkan analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. analisis regresi linier berganda digunakan untuk uji hipotesis penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) lingkungan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa untuk memilih kuliah di Universitas Flores. (2) citra perguruan tinggi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Universitas Flores. (3) motivasi mempengaruhi mahasiswa memilih memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Universitas Flores. (4) Promosi tidak memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Universitas Flores

Kata kunci: Lingkungan,; Citra Perguruan Tinggi; Motivasi; Promosi; Keputusan

Abstract. This research aims to find out whether environment, college image, motivation, and

promotion affect students' decision to choose to study at the University of Flores. This research is categorized as a case study research by using a quantitative approach. The sample of this research is students of the University of Flores with simple random sampling technique, with a total of 100 respondents. Data collection used a questionnaire while data analysis was conducted using multiple linear regression. Data was collected using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. Multiple linear regression analysis was used to test the hypothesis of this research. The results of this research show that: (1) environment has a positive and significant influence on students' decision to study at the University of Flores. (2) higher education image has a positive and significant influence on students' decision to study at the University of Flores. (3) motivation influences students' choice has a positive and significant influence on students' decision to study at the University of Flores (4) promotion does not have a significant and positive influence on students' decision to study at the University of Flores.

Keywords: Environment,; College Image; Motivation; Promotion; Decision

I. PENDAHULUAN

Perguruan tinggi merupakan jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program diploma, program sarjana, program magister, program doktor, program profesi, serta program spesialis, yang diselenggarakan berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia. Persaingan yang terjadi diantara perguruan tinggi baik negeri maupun swasta memaksa perguruan tinggi agar terus menerus meningkatkan kuantitas mahasiswa baru perguruan tinggi yang bersangkutan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi tersebut, faktor tersebut bisa dilihat dari lingkungan tempat tinggal, lingkungan keluarga, lingkungan pergaulan sehari-hari ataupun kemauan dari dalam diri sendiri, faktor-faktor dalam diri seseorang yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi yaitu faktor fisiologis dan faktor psikologis. Menurut undang-undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 (pasal 20 ayat 1) satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi disebut perguruan tinggi yang dapat berbentuk akademik, Politeknik, Sekolah tinggi, institut, atau Universitas. Universitas adalah lembaga pendidikan tinggi yang didirikan dan digunakan untuk mengarahkan manusia menjadi tenaga profesional siap kerja, ataupun tenaga pendidikan serta peneliti.

Berlakukannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, dan Undang-Undang No. 12 tahun 2012 tentang Perguruan Tinggi,

mengisyaratkan terdapat beberapa perubahan dalam bidang pendidikan. Pemerintahan berganti dan menyebabkan kebijakan yang diambil mengalami perubahan. Perubahan iklim politik saat itu dan di tunjang dengan semakin luasnya lembaga atau institusi untuk memperoleh ijin dan perijinan dalam menyelenggarakan pendidikan nasional pada saat itu menyebabkan persaingan semakin ketat di bidang jasa pendidikan. Perubahan ini membuat pasar dan persaingan perguruan tinggi menjadi lebih luas dari sebelumnya dan relatif bergerak lebih cepat dibandingkan dengan kemampuan perguruan tinggi untuk meresponnya. Universitas Flores sebagai salah satu perguruan tinggi di pulau Flores, juga menghadapi persaingan dari beberapa kampus, seperti Universitas Nusa Nipa, Universitas Katolik Santu Paulus dan Universitas Muhamadyah Maumere.

Perkembangan jumlah mahasiswa menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan dalam penerimaan mahasiswa baru. Kenyataan nya selama ini Universitas Flores sebagai kampus terbesar di pulau Flores selalu mendominasi penerimaan mahasiswa baru. Data ini menunjukkan bahwa ternyata di tahun terakhir banyaknya penerimaan mahasiswa baru menunjukkan bahwa Universitas Nusa Nipa di Maumere sudah mengungguli Universitas Flores. Walaupun demikian sebagai universitas tertua dan memiliki citra perguruan tinggi yang baik, Universitas Flores memiliki promosi untuk selalu tumbuh dan berkembang. Promosi dan peluang yang dimiliki untuk tumbuh dan kembangnya Universitas Flores juga disertai dengan fenomena-fenomena yang dihadapi. Fenomena persaingan yang semakin ketat di bidang jasa pendidikan tinggi dewasa ini, mendorong penciptaan lingkungan kampus yang mudah civitas akademik untuk berkembang. Untuk itu dibutuhkan langkah promosi yang intens. Promosi diartikan sebagai kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Universitas Flores dapat mempromosikan keunggulan berupa kampus yang merepresentasikan diri selalu berkembang dengan mengikuti kondisi kekinian. Dilengkapi sarana dan prasarana pendukung yang lengkap dan sumber daya manusia dosen dan tenaga kependidikan yang memiliki kompetensi. Keunggulan lain yang dapat dipromosikan oleh universitas Flores adalah model pembelajaran kekinian dan penyediaan jasa pendidikan yang menjawab kebutuhan masyarakat. Kampus merupakan lingkungan pendidikan yang

sangat formal, dikatakan formal karena di kampus juga terlaksana serangkaian kegiatan terencana dan terorganisasi, termasuk dalam rangka proses belajar mengajar di kelas (Winkel, 2014:28). Lingkungan kampus yang dimaksud terkait dengan metode mengajar dosen, kurikulum, relasi dosen dengan mahasiswa, relasi mahasiswa dengan mahasiswa, disiplin kampus, media pembelajaran, waktu perkuliahan, standar perkuliahan di atas ukuran, keadaan gedung, metode belajar dan tugas rumah. Menurut Syah (2013:135) lingkungan terdiri dari dua macam: yaitu lingkungan sosial dan lingkungan fisik. Lingkungan sosial kampus seperti para dosen, para tenaga pendidikan dan teman sekelas. Lingkungan fisik kampus meliputi gedung kampus, alat-alat belajar, cuaca, dan sebagainya.

Citra perguruan tinggi yang positif memotivasi orang untuk melanjutkan jenjang pendidikan tingginya ke lembaga tersebut. Motivasi adalah proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan seseorang individu untuk mencapai suatu tujuannya. Motivasi itu sendiri, adalah alasan yang mendasari sebuah perbuatan yang dilakukan oleh seorang individu. seseorang dikatakan memiliki motivasi jika orang tersebut memiliki alasan yang kuat untuk mencapai apa yang diinginkan dengan mengerjakan pekerjaan yang sekarang tanpa menundanya. Fenomena-fenomena yang dihadapi Universitas Flores dewasa ini berupa, lingkungan kampus yang belum ideal, kemudian citra sebagai salah satu pencetak sumber daya manusia yang unggul mulai tersaingi dengan hadirnya lembaga pendidikan tinggi lainnya. Motivasi yang masih cukup tinggi dari para orang tua untuk menyekolahkan anaknya ke jenjang pendidikan tinggi. Untuk itu diperlukan promosi yang intens kepada masyarakat. Di sisi lainnya, tuntutan masyarakat yang semakin tinggi akan mutu lulusan. Hal-hal ini menjadi faktor pendorong bagi masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di Universitas Flores.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Lingkungan Kampus

Dimiyati dan Mudjiono (2015) mengemukakan bahwa kampus merupakan lingkungan pendidikan formal. Dikatakan formal karena sebagaimana sekolah, di kampus juga terlaksana serangkaian kegiatan terencana dan terorganisasi, termasuk dalam rangka proses belajar mengajar di kelas (Winkel, 2014). Lingkungan kampus yang dimaksud terkait dengan metode mengajar dosen, kurikulum, relasi dosen dengan pembelajaran

meliputi gedung, ruang belajar, lapangan olahraga, ruang ibadah, ruang kesenian dan peralatan olahraga. Sedangkan sarana pembelajaran meliputi buku pelajaran, buku bacaan, alat dan fasilitas laboratorium dan berbagai media pembelajaran yang lain.

Citra Perguruan Tinggi

Citra merek (*Brand Image*) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek tertentu. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian (Setiadi, 2013). Merek dapat dideskripsikan dengan karakteristik-karakteristik tertentu seperti manusia, semakin positif deskripsi tersebut semakin kuat citra merek dan semakin banyak kesempatan bagi pertumbuhan merek itu. Davis, 2000 dalam (Zafira, 2017), citra merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk pada benak konsumen

Motivasi

Motivasi adalah keadaan dalam diri seseorang yang terdorong oleh keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai tujuan (Deassler, 2015). Motivasi menurut Hasibuan (2017) adalah sebab, alasan dasar, pikiran dasar, dorongan bagi seseorang untuk berbuat atau ide pokok yang selalu berpengaruh besar terhadap tingkah laku manusia.

Promosi

Promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. Untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dipergunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan. Menurut Swastha (2014), promosi merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk atau jasa.

Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan (*decision making*) adalah melakukan penilaian dan menjatuhkan pilihan. Keputusan ini di ambil setelah melalui beberapa perhitungan dan pertimbangan alternatif. Sebelum pilihan dijatuhkan, ada beberapa tahap yang mungkin akan dilalui oleh pembuatan keputusan yang terbaik. Menurut Terry mengemukakan

bahwa pengambilan keputusan adalah sebagai pilihan yang di dasari kriteria tertentu atas dua atau lebih alternative yang mungkin . Sedangkan Menurut Peter (2017) Pengambilan keputusan adalah sebagai penyelesaian masalah berfokus pada tujuan konsumen (konsekuensi atau nilai yang di harapkan dalam rantai alat tujuan) yang ingin diraih atau dipenuhi oleh mereka.

Hipotesis

H₁ : Diduga ada pengaruh lingkungan yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di universitas Flores.

H₂ : Diduga Ada pengaruh citra perguruan tinggi yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Universitas Flores.

H₃ : Diduga Ada pengaruh motivasi yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Universitas Flores

H₄ : Diduga Ada pengaruh promosi yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Universitas Flores.

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini termasuk jenis penelitian survei. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Flores Ende yang berjumlah 3900 orang. Agar perolehan data dapat dilakukan lebih spesifik dalam penelitian ini penulis menggunakan metode sampel. Banyaknya jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Data dapat bersumber dari data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini data yang akan dikumpulkan menggunakan kuesioner dan studi dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan aplikasi SPSS.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda berguna untuk mengetahui pengaruh lingkungan kampus terhadap keputusan memilih kampus Universitas Flores. Berikut hasil analisis dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-,142	,323		-,440	,661
	LingkunganX 1	,153	,086	,145	1,776	,079
1	CitraX2	,474	,107	,429	4,439	,000
	MotivasiX3	,292	,103	,275	2,835	,006
	PromosiX4	,082	,111	,077	0,736	,464

a. Dependent Variable: KeputusanY

Berdasarkan tabel diatas di peroleh koefisien regresi masing-masing variabel dengan bantuan SPSS di peroleh persamaan regresi linier berganda dapat di tuliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$\text{Langkah selanjutnya } Y = -0,142 + b_10,153 + b_20,474 + b_30,292 + 0,082 + e$$

Hasil analisis regresi linier berganda diatas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar -0,142 (negatif) artinya, jika variabel Lingkungan (X_1), Citra (X_2), motivasi (X_3) dan promosi (X_4) bernilai 0, maka variabel keputusan akan meningkat sebesar -0,142.
2. Nilai koefisien variabel lingkungan (X_1) sebesar 0,153, artinya jika lingkungan dan beban kerja tetap nilainya, maka nilai koefisien variabel stres kerja mempengaruhi kinerja kerja sebesar 0,153 Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara stres kerja dan kinerja kerja.
3. Nilai koefisien citra (X_2) sebesar 0,474 artinya jika stress kerja dan beban kerja nilainya tetap, maka nilai koefisien variabel lingkungan kerja mempengaruhi kinerja karyawan sebesar 0,148. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara lingkungan kerja dan kinerja kerja.
4. Nilai koefisien Motivasi (X_3) sebesar 0,292 artinya jika stress kerja dan lingkungan kerja nilainya tetap, maka nilai koefisien variabel beban kerja mempengaruhi kinerja karyawan sebesar 0,402. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara beban kerja dan kinerja kerja.
5. Nilai koefisien Promosi (X_4) sebesar 0,082 artinya jika stress kerja dan lingkungan kerja nilainya tetap, maka nilai koefisien variabel beban kerja mempengaruhi kinerja karyawan sebesar 0,402. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah

antara beban kerja dan kinerja kerja.

Koefisien Determinasi

Tabel 2

**Hasil Uji R Square Lingkungan
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,636 ^a	,405	,399	,897

a. Predictors: (Constant), LingkunganX1

Berdasarkan tabel diatas model summary menunjukkan bahwa besarnya R^2 lingkungan adalah 0,405 atau 40,5%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel bebas (lingkungan) terhadap variabel terikat (keputusan memilih) adalah sebesar 40,5%. sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model regresi.

Tabel 3

**Hasil Uji R Square Citra PTS
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,769 ^a	,591	,587	,744

a. Predictors: (Constant), CitraX2

Berdasarkan tabel diatas model summary menunjukkan bahwa besarnya R^2 citra adalah 0,59,1 atau 59,1%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel bebas (citra) terhadap variabel terikat (keputusan memilih) adalah sebesar 59,1%. sedangkan sisanya di jelaskan oleh variabel lain di luar model regresi.

Tabel 4

**Hasil Uji R Square Motivasi
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,726 ^a	,528	,523	,799

a. Predictors: (Constant), MotivasiX3

Berdasarkan tabel diatas model summary menunjukkan bahwa besarnya R^2 motivasi

adalah 0,528 atau 52,8%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel bebas (beban kerja) terhadap variabel terikat (kinerja kerja) adalah sebesar 52,8%. sedangkan sisanya di jelaskan oleh variabel lain di luar model regresi.

Tabel 5
Hasil Uji R Square Promosi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,704 ^a	,495	,490	,826

a. Predictors: (Constant), PromosiX4

Berdasarkan tabel diatas model summary menunjukkan bahwa besarnya R^2 promosi adalah 0,495 atau 49,5%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel bebas (beban kerja) terhadap variabel terikat (kinerja kerja) adalah sebesar 49,5%. sedangkan sisanya di jelaskan oleh variabel lain di luar model regresi.

Uji T

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat dalam regresi linier berganda. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima, variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat:

Tabel 6
Hasil Uji Signifikan Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
(Constant)	-,142	,323		-,440	,661
LingkunganX1	,153	,086	,145	1,776	,009
1 CitraX2	,474	,107	,429	4,439	,000
MotivasiX3	,292	,103	,275	2,835	,006
PromosiX4	,082	,111	,077	0,736	,464

a. Dependent Variable: KeputusanY

Berdasarkan tabel diatas, yaitu hasil uji t adalah sebagai berikut:

1. Pada variabel lingkungan (X_1), nilai t_{hitung} sebesar 1,776 Artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,679 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, variabel bebas lingkungan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih universitas flores sebagai tempat kuliah .
2. Pada variabel Citra (X_2), nilai t_{hitung} sebesar 4,439. Artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,679 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, variabel bebas citra perguruan tinggi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih kuliah di universitas Flores.
3. Pada variabel Motivasi (X_3), nilai t_{hitung} sebesar 2,835. Artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,679 dan signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, variabel bebas motivasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja kerja.
4. Pada variabel Promosi (X_4), nilai t_{hitung} sebesar 0,736. Artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,679 dengan nilai signifikan $0,464 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ditolak, variabel bebas promosi ternyata secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih kuliah di Universitas Flores.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Lingkungan, Citra perguruan tinggi, Motivasi dan promosi Terhadap Keputusan Memilih Kuliah di Universitas Flores. Pembahasan dan hasil penelitian ini sebagai berikut,

Pengaruh Lingkungan Terhadap Keputusan Memilih Universitas Flores Ende

Dari hasil uji antar variabel lingkungan (X_1) dan variabel keputusan memilih (Y) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 1,76 Artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,679 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya, variabel bebas lingkungan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih Universitas Flors Ende. Lingkungan kampus merupakan lingkungan pendidikan formal. Dikatakan formal karena sebagai sekolah, di kampus juga terlaksana serangkaian kegiatan terencana dan teorganisasi, termasuk dalam rangka proses belajar mengajar di kelas (Winkel,2014:24). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ikawati (2016) menunjukkan bahwa lingkungan memepengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kuliah.

Pengaruh Citra Perguruan Tinggi Terhadap Keputusan Memilih Universitas Flores Ende.

Dari hasil uji antar variabel Citra Perguruan Tinggi (X_2) dan variabel terkait

keputusan memilih (Y) menunjukkan t_{hitung} sebesar Pada variabel Citra (X₂), nilai t_{hitung} sebesar 4,396. Artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,679 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat di simpulkan bahwa hipotesis diterima, variabel bebas citra perguruan tinggi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih kuliah di universitas Flores. Citra merek adalah apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat nama suatu merek (Kotler dan Armstrong, 2016). Citra Perguruan Tinggi merupakan hal yang penting bagi suatu perguruan Tinggi dimana citra akan membentuk persepsi publik secara berbeda-beda sebelum membuat keputusan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Triyaningsih dan Triasity (2016), yang menunjukkan bahwa Citra merek perguruan tinggi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam melanjutkan studinya di perguruan Tinggi. Penelitian Marvianta, *et al* (2015) menemukan bahwa citra perguruan tinggi sangat berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam melanjutkan studinya.

Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Universitas Flores

Pada variabel Motivasi (X₃), nilai t_{hitung} sebesar 2,835. Artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,679 dan signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat di simpulkan bahwa hipotesis diterima. Maka dapat di simpulkan bahwa, variabel motivasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih kuliah. Motivasi adalah keadaan dalam diri seseorang yang terdorong oleh keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai tujuan (Deasseler, 2015). Motivasi menurut Hasibuan (2017) adalah sebab, alasan dasar, pikiran dasar, dorongan bagi seseorang untuk berbuat atau ide pokok yang selalu berpengaruh besar terhadap tingkah laku manusia. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus Wibowo (2016) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa motivasi untuk berprestasi merupakan salah satu dorongan yang sangat kuat untuk mahasiswa dalam memilih tempat kuliahnya.

Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Kuliah di Universitas Flores

Ende

Pada variabel Promosi (X₄), nilai t_{hitung} sebesar 0,0736. Artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$ 1,679 dengan nilai signifikan $0,464 > 0,05$ maka dapat di simpulkan bahwa hipotesis ditolak, variabel bebas promosi ternyata secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih kuliah di Universitas Flores. Promosi merupakan insentif jangka

pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari satu produk atau jasa (Swastha, 2014). Menurut Tjiptono dan Chandra, (2016) bauran promosi tradisional meliputi berbagai metode untuk berkomunikasi manfaat jasa kepada potensial dan aktual. Hal ini juga didukung dari penelitian yang dilakukan oleh Yuliatry *et al* (2016) yang menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul Pengaruh Lingkungan, Citra perguruan tinggi, Motivasi dan Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Universitas, Studi kasus Pada Kampus Universitas Flores adalah sebagai berikut:

1. Lingkungan kampus secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah Universitas Flores.
2. Citra perguruan tinggi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah universitas Flores.
3. Motivasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah Universitas Flores.
4. Promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah universitas Flores

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Universitas Flores, harus lebih memperhatikan promosi kampus, sehingga minat calon mahasiswa yang masuk Universitas Flores akan meningkat lagi.
2. Promosi dilakukan selama ini tidak tepat sasaran, karena terbukti dari jawaban para responden yang berkuliah di Universitas Flores tidak signifikan. Untuk itu perlu dipikirkan lagi tentang promosi yang lebih menarik, efisien dan efektif serta tepat sasaran.
3. Penulis selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian baru berdasarkan hasil penelitian ini sehingga dapat diketahui variabel lainnya. selain variabel lingkungan, citra perguruan tinggi, motivasi dan promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah. Dan juga penulis selanjutnya, agar dapat memperbaiki referensi didalam penelitian seperti : Buku, Jurnal, Penelitian Terdahulu dan lain-lainnya sehingga dapat

memperluas jangkauan penelitian dan menarik untuk dibahas dikemudian hari

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, N.H. 2015. Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung. CV Pustaka Setia.
- Agus, Wibowo. 2016. Hubungan Lingkungan Kampus, Pola Asuh Orang Tua dan Motivasi berprestasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Jurnal Humanika, Volume 16, Nomor 1, September 2016.
- Almanda,M.I. 2015.Pengaruh Brand Personality Sepatu Nike Terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis)Skripsi. Universitas Telkom.
- Ambarwati, M.,Sunarti. Muhamad Kholid Mawardi .(2015). Pengaruh Citra Merk Terhadap Minat Beli (Survey pada Mahasiswa pada mahasiswa Universitas Brawijaya yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). Jurnal Administrasi Bisnis. Vol 25.
- Arikunto, S. 2016. Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Byre, Rafael Octavianus. 2019. Pengaruh Pembelajaran Organisasional, Kompetensi Inti Organisasi dan Strategi Diversifikasi Terhadap Kinerja Studi Kasus Perguruan Tinggi Swasta Di Propinsi NTT.Disertasi. Universitas BrawijayaMalang.
- David, A. 2013. Manajemen Ekuitas Merk, Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merk. Spektrum Mitra Utama: Jakarta. Departemen Pendidikan Nasional. 2003. Undang-Undang No.20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional. Departemen Pendidikan Nasional. 2012. Undang-Undang No 12 Tentang Pendidikan Tinggi Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Dimiyati D, Mudjiono D. 2015. Belajar dan Pembelajaran. Jakarta: RinekaCipta. Dessler, Gary . 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia. Salemba Empat :Jakarta
- Gujarati, Damodar, N. 2015. Dasar-Dasar Ekonometrika Buku 2 Edisi 5.Jakarta: Salemba Empat.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. PT. Bumi Aksara: Jakarta.
- Hidaya, Ahcmad Dwi Sakti., Lubi, Dewi Shinta Wulandari. 2019. Pengaruh Promosi dan harga Terhadap Keputusan Memilih Kuliah di STIM Sukma Medan. Civitas : Jurnal Studi Manajemen. Vol 1.No 1.
- Ikawati, F., Hidayati, N., &Sunaryo, H.2015. Pengaruh Lingkungan, Citra Perguruan Tinggi, Motivasi dan Prospek terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Poltekkes RS dr. Soepraoen Malang. Jema, 13 (3): 373- 386.
- Kasmir. 2014. Analisis Laporan Keuangan, Cetakan Ke-7. Raja Grafindo Persada. Kotler Philip dan Armstrong Gary. 2016. Prinsip-PrinsipPemasaran, Edisi 12, jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Pemasaran, Edisi 12, jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks.
- Lopes, Fransisco Febriandy. 2015. Pengaruh Citra Merek Perguruan Tinggi, Kualitas Pelayanan dan Kesadaran Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya. Jurnal STIE Perbanas Surabaya.
- Marvianta, Andre YB.,Wijaya, Damiel.,Coline Fredella. 2015. Kepuasan Mahasiwa Terhadap Citra Perguruan Tinggi dan Keluhan Serta Implikasinya Terhadap Loayalitas. Jurnal Manajemen Bisnis.Vol 15.,No 2.
- Mowen, John C. Minor, Michael. 2012.Perilaku Konsumen. Jilid 1, Edisi kelima (terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Peter, J. Paul & Olson, Jerry C. 2014. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jilid Kedua. Edisi Sembilan. Jakarta: Salemba Empat
- Peter, Guy. 2017. Leadership: Teory and Practices, California, Sage Publications, Ltd Sadewa,
- Prima . 2018. Pengaruh Lingkungan Kampus dan Motivasi Mahasiswa Terhadap Prestasi belajar mahasiswa S1 Akutansi Di Universitas Pemalang. Madani,Vol1.No1.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi.

- Schiffman, L.G., Kanuk, L.L. 2015. Consumers Behavior 11edition. NewJersey: Prentice-Hall, Inc
- Setiadi, N. J. 2013. Perilaku Konsumen: konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenada Media.
- SL, Triyaningsih. RahayuTriastity. 2016. Pengaruh Citra PerguruanTinggi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi dengan Word of mouth Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unisri Surakarta). Jurnal Eksplorasi, Volume XXIX. No 1.
- Syah, Muhibbin. 2013. Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru.Bandung:Remaja Rosdakarya. Syah, Muhibin. 2015.Psikologi Belajar. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta,
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2013. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Swastha, Basu DH. 2014. Manajemen Pemasaran. BPFE : Yogyakarta.
- Swastha, Basu DH dan Irawan (2012). Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua : Yogyakarta : Liberty Offset
- Tjiptono, Fandy., Greforius, Chandra .2016. Pemasaran Jasa (Prinsip,Penerapan dan Penelitian). Andi:Yogyakarta.
- W.S. Winkel. 2014. Psikologi Pengajaran. Jakarta: Grasindo Zafira, Pringgoutami. 2017. Hubungan Persepsi Mahasiswa tentang Lingkungan Belajar Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Tahap Preklinik Fakultas Kedokteran Universitas Lampung.Skripsi. Lampung