

Pengaruh Bauran Pemasaran, Kelompok Rujukan dan Persepsi Terhadap Sikap Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi

Pelliyezer Karo Karo¹, Muhammad Ihdal Karomi², Muhammad Zainuddin Badollahi³, Rona Meilya Pasaribu⁴

^{1,4} Politeknik Pariwisata Palembang, Palembang, Indonesia

² Politeknik Pariwisata Lombok, Lombok, Indonesia

³ Politeknik Pariwisata Makassar, Makassar, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima: Januari, 2023
Disetujui: Februari, 2023
Dipublikasi: Maret, 2023

Kata kunci:
Bauran Pemasaran;
Kelompok Rujukan;
Persepsi; Sikap

Keywords:
Marketing mix;
Reference category;
Perception; Behavior

Corresponding Author:

Pelliyezer Karo Karo
Email:
pelliyezer@poltekpar-palembang.ac.id

ABSTRAK

Kebutuhan terhadap perbaikan kualitas pendidikan secara terus menerus menjadi prioritas dalam menghasilkan sumber daya manusia yang kompetitif, termasuk sektor pariwisata. Identifikasi sikap dalam memilih perguruan tinggi pariwisata merupakan hal penting untuk memberikan kepastian bahwa perguruan tinggi mampu bersaing. Sikap dikaitkan dengan objek penelitian mencakup bauran pemasaran, kelompok rujukan dan persepsi. Subjek penelitian adalah mahasiswa baru Politeknik Pariwisata Palembang dengan total sampel sebesar 182 orang yang diidentifikasi dengan teknik *proportionate stratified random sampling*. Analisis data menggunakan model regresi linier berganda menunjukkan seluruh variabel bebas memberikan pengaruh secara simultan sedangkan secara parsial, terdapat dua variabel yaitu bauran pemasaran dan kelompok rujukan yang berdampak terhadap sikap mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi.

ABSTRACT

The need for continuous improvement in the quality of education is a priority in producing competent human resources, including the tourism sector. Identifying attitudes in choosing tertiary tourism institutions is essential to provide certainty that tertiary institutions can compete. Behavior associated with research objects includes marketing mix, referral groups, and perceptions. The research subjects were new students of the Palembang Tourism Polytechnic, with a total sample of 182 people identified by a proportionate stratified random sampling technique. Data analysis using multiple linear regression models showed that all independent variables had a simultaneous effect. At the same time, partially, there were two variables, namely the marketing mix and referral groups, which had an impact on students' attitudes in choosing a college.

© 2023 Pelliyezer Karo Karo, Muhammad Ihdal Karomi, Muhammad Zainuddin Badollahi, Rona Meilya Pasaribu
This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license



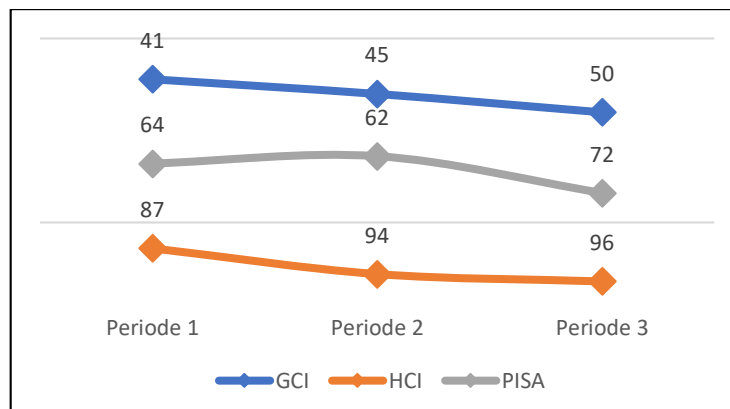
PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan faktor yang sangat penting bila dikaitkan dengan perkembangan kualitas sumber daya manusia, bukan hanya bagi Indonesia tetapi juga bagi setiap negara. Peningkatan kualitas pendidikan sebaiknya dilakukan secara komprehensif mulai dari pendidikan dasar hingga pendidikan tinggi. Peningkatan ini akan memberikan dampak bagi ekonomi nasional. Untuk mendukung hal tersebut, pemerintah telah mempersiapkan Undang Undang Nomor 21 Tahun 2021 tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara untuk Tahun Anggaran 2022 dengan menetapkan alokasi bagi anggaran pendidikan secara nasional sebesar 20 persen atau setara dengan 542.8 triliun rupiah (DPR-RI, 2022) dan akan meningkat menjadi sebesar 608,3 triliun rupiah di tahun 2023 (Kementerian_Keuangan_RI, 2022).

Kebijakan anggaran pendidikan mencakup sebelas program peningkatan dan penguatan, salah satunya merupakan penguatan pendidikan vokasi. Seluruh arah kebijakan anggaran pendidikan berfokus pada harapan lima poin outcome (DPR-RI, 2022) yaitu:

1. Peningkatan *Human Capital Index* (HCI) dan skor PISA
2. Rata-rata lama sekolah (usia > 15 tahun) adalah 9,2 tahun
3. Sertifikasi kompetensi Guru SMK sebesar 31 persen
4. Angka partisipasi dari Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) sebesar 47,8 persen dan dari PT sebesar 31,9 persen
5. Lulusan vokasi yang langsung bekerja sebesar 51,1 persen

Pemenuhan capaian terhadap lima poin tersebut akan mampu meningkatkan kemampuan kompetitif SDM setiap negara dalam kompetisi global. Pengukuran kemampuan berkompetisi setiap negara secara global dikenal dengan *Global Competitiveness Index* (GCI) yang dikeluarkan oleh lembaga *World Economic Forum* (WEF), sedangkan HCI merupakan indeksasi yang dikeluarkan oleh World Bank dan *Programme for International Student Assessment* (PISA) merupakan survei yang diinisiasi oleh *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD). Ketiga publikasi tersebut dapat dijadikan sebagai tolok ukur keberhasilan perkembangan reformasi pendidikan di Indonesia.



Gambar 1. Peringkat GCI¹, HCI² dan PISA³ Indonesia

Sumber: ¹www.weforum.org, ²data.worldbank.org, ³www.oecd-ilibrary.org; diolah

Grafik perkembangan peringkat Indonesia pada gambar 1 menunjukkan tingkat GCI, WHI dan PISA dalam tiga periode penilaian terakhir dari masing-masing organisasi inisiator. WEF mencatat pada periode 3 di tahun 2019, Indonesia terus mengalami penurunan indeks kemampuan kompetitif (*global competitiveness index*) hingga berada pada peringkat 50 dari 141 negara responden (WEF, 2022). World Bank juga mencatat sebuah penurunan yaitu penurunan dari kondisi potensi modal SDM Indonesia (*human capital index*) pada periode 3 di tahun 2020 menjadi peringkat 96 dari 174 negara responden (World-Bank, 2022). Sejalan dengan dua organisasi sebelumnya, dalam publikasi OECD pada periode 3 di tahun 2018, Indonesia mengalami penurunan kemampuan pembelajaran bidang matematika, sains dan literasi (*programme for international student assessment*) menjadi peringkat 72 dari 78 negara responden (OECD, 2022). Ketiga indeksasi tersebut menunjukkan bahwa kualitas SDM Indonesia masih membutuhkan program percepatan yang mampu menghasilkan pergerakan signifikan, dimulai dalam ruang lingkup regional hingga global.

Program percepatan merupakan tantangan sendiri dalam arah kebijakan anggaran pendidikan Indonesia agar transformasi pendidikan mulai dari Pendidikan Dasar hingga Pendidikan Tinggi di Indonesia berjalan sesuai dengan kebutuhan pasar global terhadap kapasitas dan kapabilitas SDM yang kompetitif. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI (Kemenparekraf) juga ikut terlibat untuk mendukung transformasi Pendidikan Tinggi di Indonesia melalui salah satu program kebijakan anggaran pendidikan yaitu penguatan pendidikan vokasi untuk menjawab poin kelima outcome kualitas pendidikan Indonesia yaitu lulusan vokasi yang langsung bekerja. Untuk menjawab tantangan tersebut, enam Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata (PTNP) dibawah naungan Kemenparekraf wajib berkontribusi secara tidak langsung terhadap reformasi pendidikan di Indonesia dan secara langsung terhadap Pendidikan Tinggi Vokasi Kepariwisata di Indonesia. Berlandaskan pada Keputusan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 57/M/Kpt/2019 tentang Nama Program Studi Pada Perguruan Tinggi (LLDIKTI-3, 2019), keseluruhan enam PTNP Kemenparekraf bergerak dalam sektor pendidikan tinggi vokasi kepariwisataan menyelenggarakan Program Studi berdasarkan, mencakup program Diploma Tiga Program Studi Divisi Kamar, Tata Hidang, Seni Kuliner, Perhotelan, Perjalanan Wisata; program Sarjana Terapan Program Studi Destinasi Pariwisata, Pengelolaan Konvensi dan Acara, Pengelolaan Perhotelan, Usaha Perjalanan Wisata serta program Pascasarjana Program Studi Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata.

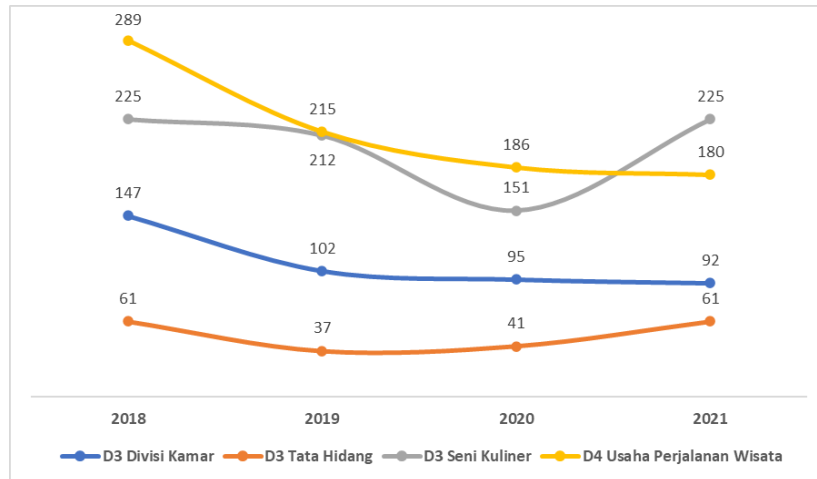
Enam PTNP Kemenparekraf dimaksud antara lain Politeknik Pariwisata (Poltekpar) NHI Bandung, Poltekpar Bali, Poltekpar Makassar, Poltekpar Medan, Poltekpar Palembang dan Poltekpar Lombok. Poltekpar Palembang dan Poltekpar Lombok merupakan Perguruan Tinggi termuda diantara PTNP Kemeparekraf yang berdiri pada 27 April 2016 dan 09 Mei 2016 (Poltekpar-Lombok, 2022; Poltekpar-Palembang, 2022). PTNP Kemenparekraf fokus dalam mencetak SDM pariwisata berkualitas global dan berkepribadian Indonesia untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja sektor pariwisata serta menciptakan entrepreneur muda bidang pariwisata. Tonggak perjalan panjang dalam mencetak SDM pariwisata oleh PTNP Kemenparekraf dimulai dengan didirikannya Poltekpar NHI Bandung, kala itu bernama Sekolah Kejuruan Perhotelan pada tahun 1959 (Poltekpar-NHI-Bandung, 2022).

Berkembangnya sektor pariwisata hingga mampu menjadi penghasil devisa terbesar pada tahun 2019 menunjukkan dampak domino atau *multiplier effect* sektor pariwisata mulai dari hulu yang berisikan dengan ekonomi masyarakat hingga hilir yang berisikan dengan industri kepariwisataan termasuk perhotelan dan restoran didalamnya (Lien Maulina *et al.*, 2021).

Keberhasilan sektor pariwisata secara langsung mendongkrak signifikan kebutuhan akan SDM pariwisata di Indonesia khususnya dan internasional umumnya. Untuk memenuhi kebutuhan ini dijawab dengan tumbuhnya Perguruan Tinggi maupun Program Studi bidang pariwisata di Indonesia, termasuk sumbangsih oleh Kemenparekraf. Dilain pihak, muncul fenomena baru yang dirasakan oleh seluruh enam PTNP Kemenparekraf, dimana mulai terjadi tren penurunan peminatan sebagai pilihan pertama dalam memenuhi target penerimaan dari dua program studi yaitu Divisi Kamar (DIK) dan Tata Hidang (TAH) terhitung sejak tahun 2017, berbanding terbalik dengan dua program studi lain Seni Kuliner (SKU) dan Pengelolaan Konvensi Acara (PKA).

Lombok memiliki potensi pariwisata yang sangat besar, bahkan pada saat dilanda pandemi sekalipun, niat wisatawan untuk tetap berkunjung ke Lombok untuk melakukan aktivitas wisata mereka tetap dilakukan (Karomi, 2022). Potensi yang sangat besar tersebut tentu saja membutuhkan sumber daya manusia (selanjutnya disebut SDM) yang berkualitas untuk mengelolanya. Guna menciptakan SDM yang berkualitas tersebut, saat ini telah banyak sistem pendidikan kepariwisataan yang mendukung peningkatan kompetensi mahasiswa/masyarakat dalam hal sikap, pengetahuan dan keahlian (Karo Karo *et al.*, 2021).

Saat ini terdapat 9 (sembilan) perguruan tinggi di Lombok (Adak Poltekpar Lombok, 2022) yang memiliki program pendidikan kepariwisataan, termasuk Politeknik Pariwisata Lombok didalamnya. Hadirnya perguruan tinggi pariwisata dengan jumlah sebanyak ini tentu mempengaruhi tingkat penerimaan mahasiswa baru setiap tahunnya. Persaingan antar institusi merupakan hal yang lumrah dalam bisnis, tidak terkecuali institusi pendidikan seperti perguruan tinggi. Setiap perguruan tinggi berusaha menjadi yang terbaik dengan inovasi dan strateginya. Untuk bersaing dengan perguruan tinggi lainnya, sangat perlu menerapkan strategi pemasaran yang efektif guna menarik minat calon mahasiswa di masa yang akan datang (Wibowo, 2020). Politeknik Pariwisata Lombok sebagai salah satu perguruan tinggi yang fokus meningkatkan SDM di bidang kepariwisataan telah didirikan sejak tahun 2016 dan memiliki empat program studi antara lain tiga program diploma tiga mencakup program studi Divisi Kamar, Tata Hidang dan Seni Kuliner, serta satu program diploma empat yaitu program studi Usaha Perjalanan Wisata.



Gambar 2. Tren Tingkat Pendaftaran Politeknik Pariwisata Lombok

Sumber: Akademik dan Kemahasiswaan Politeknik Pariwisata Lombok, 2022

Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah minat berkuliah di Politeknik Pariwisata Lombok mengalami trend penurunan, seperti ditampilkan pada grafik di gambar 1. Grafik menunjukkan trend penurunan yang terjadi paling signifikan pada dua program studi, yakni Divisi Kamar dan Tata Hidang. Dapat dilihat selain tren penurunan, jumlah peminat terhadap dua program studi tersebut juga cukup jauh dibandingkan dengan program studi lainnya. Secara rata-rata, program studi Divisi Kamar berkisar 19 persen dari total peminat sedangkan program studi Tata Hidang hanya berkisar 9 persen dari total peminat. Pada tahun 2021 program studi Divisi Kamar mengalami proporsi terendah pada angka 16 persen dan proporsi terendah bagi program studi Tata Hidang berada pada tahun 2019 yaitu sebesar 7 persen.

Fenomena yang terjadi ini menjadi landasan awal dalam melaksanakan penelitian ini, untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi sikap ataupun keputusan mahasiswa dalam memilih Politeknik Pariwisata Lombok. Diharapkan melalui hasil penelitian, dapat dilakukan strategi baru yang berbasis pada sudut pandang konsumen, dalam hal ini adalah mahasiswa, sehingga strategi yang dipersiapkan untuk meningkatkan animo peminat terhadap Politeknik Pariwisata Lombok secara umum semakin tinggi, begitu juga secara khusus dengan peningkatan animo kepada kedua program studi yang mengalami tren penurunan maupun proporsi peminatan.

Perhitungan pertumbuhan peminatan PTNP Kemenparekraf diolah berdasar pada data hasil seleksi penerimaan mahasiswa baru yang terbagi dalam dua jalur yaitu Seleksi Bersama Masuk (SBM) PTNP dan Seleksi Mandiri Masuk (SMM) PTNP. Grafik pertumbuhan peminatan pada gambar 2 dalam hal ini diwakilkan oleh data Poltekpar Palembang dengan rentang waktu 2017 hingga 2022, menunjukkan bahwasanya terjadi tren penurunan peminatan setiap periode penerimaan mahasiswa baru mulai dari tahun 2017 bagi dua program Diploma Tiga yaitu program studi TAH dan DIK. Dari kedua program studi tersebut, TAH mengalami penurunan terbesar dan hanya mampu memenuhi capaian target penerimaan antara 20 hingga 54 persen setiap tahun dengan rata-rata 30 persen pencapaian target dalam ruang lingkup sebagai pilihan pertama. Sedangkan dalam kurun waktu empat tahun penerimaan, DIK hanya mampu memenuhi capaian target penerimaan antara 53 hingga 86 persen dengan

rata-rata 61 persen pencapaian target sebagai pilihan pertama. Sedangkan dua program studi lainnya selalu memberikan sumbangsih pencapaian lebih dari target penerimaan, program Diploma Tiga SKU mampu membukukan rasio peminatan tertinggi 1:2 pada tahun 2021 dan program Diploma Empat UPW membukukan rasio peminatan tertinggi sebesar 1:4 juga pada tahun 2021. Fenomena yang dihadapi seluruh enam PTNP Kemenparekraf menjadi dasar awal penelitian ini, apabila dibandingkan lagi dengan status PTNP yang merupakan negeri, dikenal dengan fasilitas praktek lengkap serta pembiayaan pendidikan selama masa perkuliahan, ditanggung oleh negara dengan perkiraan 70-75 persen dari total kebutuhan hingga lulus.

Rendahnya peminatan terhadap dua program studi ini dapat menunjukkan turunnya kepercayaan masyarakat atau calon mahasiswa untuk memutuskan memilih program studi atau bahan perguruan tinggi dimaksud. Keputusan pemilihan perguruan tinggi dapat dipengaruhi oleh banyak hal dan tidak terlepas dari perilaku konsumen itu sendiri. Kotler menyatakan perilaku konsumen dapat dipengaruhi beberapa faktor seperti kekuatan budaya, sosial, pribadi dan kekuatan psikologis, dimana kekuatan budaya memberikan pengaruh paling luas dan dalam sebagai faktor penentu keinginan paling mendasar, sedangkan kekuatan psikologis menjadi faktor khusus tertentu dalam pengambilan keputusan (Kotler, 2014). Pengambilan keputusan menurut Schiffman merupakan merupakan proses penting yang dapat dipengaruhi dua aspek mencakup aspek eksternal terdiri atas bauran pemasaran, lingkungan sosial budaya mencakup keluarga, sumber informasi, sumber non komersial, kelas sosial, budaya dan sub budaya, serta aspek internal atau faktor psikologis terdiri atas motivasi, kepribadian, pembelajaran, persepsi dan sikap (Schiffman and Wisenblit, 2015). Bila dihubungkan dengan perilaku konsumen, Hawkin mencatat dua faktor utama penentu keputusan konsumen yaitu pertama, faktor eksternal mencakup budaya, sub budaya, demografis, status sosial, kelompok rujukan, keluarga serta kegiatan pemasaran dan kedua, faktor internal mencakup persepsi, pembelajaran, ingatan, motivasi, kepribadian, emosi serta sikap (Mothersbaugh and Hawkins, 2016).

Penelitian Fakhri terkait faktor pembentuk keputusan pemilihan perguruan tinggi swasta, menggunakan beberapa variabel identifikasi mencakup teman kuliah, pengaruh orang tua, pengaruh teman-teman, pengaruh pihak lain, lokasi, program akademik, reputasi akademik, fasilitas pendidikan, biaya, ketersediaan bantuan keuangan, peluang kerja, iklan, admisi perwakilan kampus dan kunjungan kampus. Penelitian ini menunjukkan lima faktor baru yang paling dominan dengan total kontribusi 76 persen mencakup profil kampus, promosi kampus, pengaruh keluarga, pengaruh teman dan lokasi kampus dimana profil kampus berupa citra perguruan tinggi menghasilkan nilai varian kontribusi tertinggi sebesar 27 persen (Fakhri *et al.*, 2017). Penelitian lainnya oleh Baga berupa analisis faktor keputusan mahasiswa dalam memilih program pascasarjana dengan menggunakan seluruh tujuh variabel bauran pemasaran ditambah variabel penugasan lembaga, ketersediaan sponsor, dan kemauan sendiri, memberikan hasil bahwa proses mahasiswa dalam mengambil keputusan mahasiswa melalui lima tahapan dengan tiga variabel dengan pengaruh signifikan mencakup produk berupa Program Studi, promosi dan kemauan sendiri (Mahmudah, Mohammad Baga and Amanah, 2019).

Jamaluddin dalam penelitiannya berjudul Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Sulawesi Selatan memberikan hasil berupa:

1. Biaya Pendidikan relatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perguruan tinggi swasta, motivasi, sikap dan pengambilan keputusan
2. Kelompok rujukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi, sikap, dan pengambilan keputusan
3. Komunikasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perguruan tinggi swasta, dan pengambilan keputusan, namun tidak signifikan terhadap terhadap motivasi, dan sikap
4. Citra perguruan tinggi swasta berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi, sikap, dan pengambilan keputusan
5. Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap, dan pengambilan keputusan
6. Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa

Dari penelitian tersebut, variabel biaya pendidikan, kelompok rujukan, pemasaran, citra perguruan tinggi, motivasi dan sikap memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam memilih perguruan tinggi. Bila direduksi lebih dalam, dapat diketahui bahwa variabel biaya pendidikan, kelompok rujukan dan citra perguruan tinggi yang beririsan dengan sikap dan motivasi yang dikaitkan dengan proses pengambilan keputusan (Sawaji, Hamzah and Taba, 2010). Pada publikasi penelitian lainnya oleh Karo berjudul Kecenderungan Keputusan Akademik pada Politeknik Pariwisata Palembang, menunjukkan hasil tujuh variabel independen yang digunakan mencakup budaya, kelompok rujukan, keluarga, bauran pemasaran, persepsi, motivasi dan sikap memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan, dimana variabel keluarga, budaya dan persepsi memberikan pengaruh terbesar bagi mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi (Karo Karo *et al.*, 2021). Mendukung penelitian sebelumnya, hasil penelitian oleh Wulandini yang berhubungan dengan Pengambilan Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Pekanbaru menunjukkan seluruh variabel penelitian mencakup promosi, biaya pendidikan, lokasi, sarana prasarana dan mutu SDM perguruan tinggi memberikan kontribusi dalam pengambilan keputusan dalam pemilihan perguruan tinggi, dengan faktor biaya pendidikan memberikan kontribusi terbesar (Wulandini S, 2017).

Mendukung lebih lengkap lagi, penelitian keputusan pemilihan yang berkaitan dengan perguruan tinggi atau program studi bidang vokasi seperti penelitian berjudul Keputusan Konsumen Untuk Memilih Perguruan Tinggi Pariwisata Di Provinsi Kepulauan Riau oleh Prasiwi memberikan hasil berupa peran variabel penelitian *word of mouth* dan biaya pendidikan berpengaruh terhadap keputusan dalam pemilihan perguruan tinggi sedangkan variabel citra perguruan tinggi tidak berperan terhadap keputusan pemilihan (Citra, Perhotelan and Surakarta, 2021). Penelitian dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Program Studi Diploma III Manajemen Tata Hidangan di Politeknik Pariwisata Bali oleh Ni Kadek yang mengkonfirmasi enam variabel mencakup kualitas perguruan tinggi, karir, faktor ekonomi, lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat dan daya tarik kampus, dengan hasil penelitian menunjukkan pertimbangan karir merupakan faktor pertimbangan tertinggi dalam

memberikan keputusan pemilihan, dilanjutkan seterusnya berdasarkan tingkat respon yaitu faktor kualitas perguruan tinggi, daya tarik kampus, faktor ekonomi, faktor lingkungan masyarakat dan respon terendah merupakan faktor lingkungan keluarga (Kadek Eni Juniari *et al.*, 2022). Sebagai pelengkap referensi penelitian ini, berjudul Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Taruna/I Memilih Kampus Politeknik Pelayaran oleh Dapid diperoleh hasil bahwa ketujuh variabel dalam bauran pemasaran memberikan pengaruh positif signifikan kepada keputusan pemilihan perguruan tinggi, dimana faktor promosi menyumbang penilaian tertinggi (Rikardo, Turiska and Pelayaran Banten, 2021).

METODE

Penelitian adalah penelitian kuantitatif menggunakan metode survey bersifat analitik yang dilaksanakan pada Politeknik Pariwisata Lombok pada tahun 2021. Subjek penelitian adalah mahasiswa baru dari empat program studi. Penentuan identitas sampel menggunakan teknik *stratified proportionate random sampling* dan jumlah sample menggunakan pendekatan Slovin pada tingkat error 10 persen (Honggoriansyah, Karo Karo and Permatasari, 2020) dengan realisasi responden sebanyak 182 orang. Analisis menggunakan metode regresi linear berganda dengan tiga variabel bebas yaitu Bauran Pemasaran, Kelompok Rujukan dan Persepsi serta variabel terikat yaitu Sikap.

Pengujian dilakukan melalui tiga tahapan, tahapan pertama dilaksanakan uji instrumen melalui dua pengujian yaitu uji validitas dan uji reabilitas. Tahapan kedua merupakan uji asumsi klasik melalui tiga pengujian yaitu uji normalitas, uji multikolienaritas dan uji heteroskedastisitas. Tahapan ketiga adalah uji regresi melalui empat pengujian yaitu uji simultan, uji parsial, uji koefisien korelasi dan uji koefisien determinasi (Karo Karo, 2021).

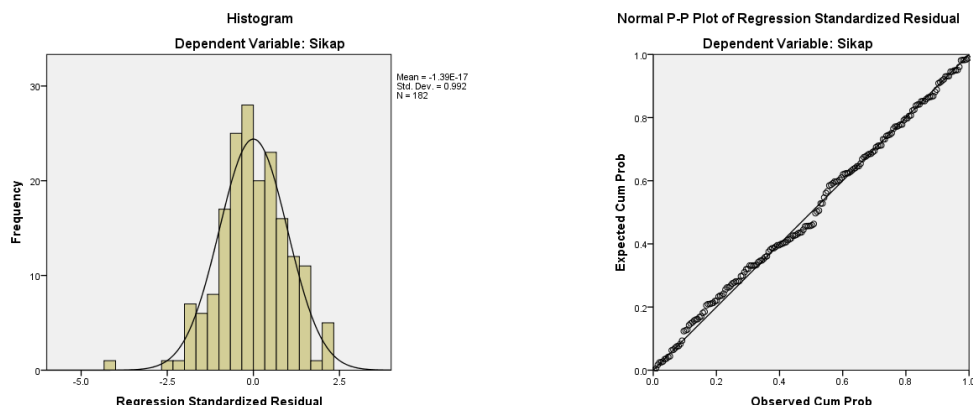
Pada uji validitas instrumen, pendekatan uji dikoreksi dengan menggunakan pendekatan *moment correlation* pada nilai r_{tabel} sebesar 0.361 sedangkan uji reabilitas instrumen menggunakan pendekatan *alpha cronbach* pada nilai 0.700. Hasil pengolahan terhadap data instrumen dibandingkan dengan pendekatan tersebut menunjukkan bahwa 57 butir pertanyaan pada instrumen penelitian telah memenuhi kaidah validitas dan reabilitas, sesuai dengan hasil yang tertuang pada tabel berikut.

Tabel 1. Uji Instrumen

Variabel	Jumlah butir	Rentang nilai hasil uji r	Rentang nilai hasil uji α
Bauran Pemasaran	30	0.508-0.837	0.931-0.935
Kelompok Rujukan	12	0.631-0.856	0.930-0.936
Persepsi	6	0.713-0.822	0.931-0.936
Sikap	9	0.667-0.837	0.929-0.935

Sumber: Hasil penelitian, 2021 (SPSS 22, diolah)

Tahapan uji asumsi klasik ditujukan untuk memenuhi asumsi model linearitas melalui tiga pengujian. Uji normalitas dikoreksi melalui pendekatan grafik *histogram* dan grafik *probability plot (p-plot)* (Hironymus Ghodang & Hantono, 2020) seperti tertera pada gambar 1. Baik grafik *histogram* maupun grafik *p-plot* menunjukkan penyebaran dengan pola distribusi menyebar dekat dengan rentang grafik ataupun berada disekitar garis diagonal, mengasumsikan memenuhi kaidah normalitas.



Gambar 3. Diagram uji normalitas

Sumber: Hasil penelitian, 2021 (SPSS 22)

Pengujian asumsi klasik berikutnya berupa uji multikolinearitas dengan menggunakan pendekatan koreksi terhadap nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) (Hironymus Ghodang & Hantono, 2020). Sedangkan uji heteroskedastisitas menggunakan pendekatan koreksi terhadap nilai signifikansi probabilitas dari uji *rank spearman* dengan hasil pengujian tertera pada tabel 2 dan tabel 3 berikut.

Tabel 2. Uji multikolinearitas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.858	2.884		3.072	.002		
	Baruan Pemasaran	.081	.028	.220	2.928	.004	.763	1.311
	Kelompok Rujukan	.229	.074	.256	3.091	.002	.627	1.595
	Persepsi	.219	.122	.133	1.794	.075	.778	1.285

a. Dependent Variable: Sikap

Sumber: Hasil penelitian, 2021 (SPSS 22)

Tabel 3. Uji heteroskedastisitas

Correlations							
			Baruan Pemasaran	Kelompok Rujukan	Persepsi	Sikap	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Baruan Pemasaran	Correlation Coefficient	1.000	.490**	.205**	.399**	.038
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.005	.000	.611
		N	182	182	182	182	182
	Kelompok Rujukan	Correlation Coefficient	.490**	1.000	.440**	.449**	.044
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.551
		N	182	182	182	182	182
	Persepsi	Correlation Coefficient	.205**	.440**	1.000	.304**	.033
		Sig. (2-tailed)	.005	.000	.	.000	.663
		N	182	182	182	182	182
	Sikap	Correlation Coefficient	.399**	.449**	.304**	1.000	.868**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.000
		N	182	182	182	182	182
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.038	.044	.033	.868**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.611	.551	.663	.000	.
		N	182	182	182	182	182

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil penelitian, 2021 (SPSS 22)

Pengujian asumsi multikolinearitas dilakukan dengan membandingkan hasil dari Tolerance yang menunjukkan nilai lebih besar dari 0.10 dan hasil VIF menunjukkan nilai kurang dari 10, memberikan makna bahwa asumsi gejala multikolinearitas tidak terjadi pada model regresi linier. Pengujian asumsi heteroskedastisitas melalui nilai signifikansi yang dibandingkan dengan nilai α menunjukkan nilai sig. setiap variabel bebas lebih besar dari 5 persen, memberikan makna bahwa asumsi gejala heteroskedastisitas juga tidak terjadi pada model regresi yang dibangun.

HASIL

Responden dalam penelitian ini berjumlah 182 orang mahasiswa yang berasal dari empat program studi terbagi atas tiga program studi program diploma tiga dan satu program diploma empat. Dari seluruh responden, berkisar 59 persen merupakan mahasiswa dan selebihnya 41 persen merupakan mahasiswi. Tabel berikut menunjukkan bahwa dari total responden didominasi berkisar 80 persen berasal dari SMA Negeri sebesar 60 persen dan 20 persen lainnya berasal dari SMK Negeri.

Tabel 4. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin dan asal sekolah

Count of Jenis Kelamin	Column Labels							
Row Labels	MA Negeri	MA Swasta	SMA Negeri	SMA Swasta	SMK Negeri	SMK Swasta	Grand Total	
Laki Laki	3.30%	5.49%	37.36%	1.65%	9.34%	1.65%	58.79%	
Perempuan	2.75%	1.10%	22.53%	2.75%	10.44%	1.65%	41.21%	
Grand Total	6.04%	6.59%	59.89%	4.40%	19.78%	3.30%	100.00%	

Sumber: Hasil penelitian, 2021 (diolah)

Distribusi berdasarkan pada asal program studi, mulai dari partisipasi tertinggi menunjukkan 38 persen responden berasal dari program studi DIK, 28 persen dari program studi SKU, 18 persen dari program studi UPW dan 16 persen berasal dari program studi TAH. Sedangkan berdasarkan daerah asal, 83 persen responden didominasi oleh 65 persen responden berasal dari Kabupaten Lombok Tengah, disusul sebesar 18 persen berasal dari Kota Mataram.

Tabel 5. Distribusi responden berdasarkan program studi dan asal daerah

Count of Asal Program Studi (bagi mahasiswa)	Column Labels									
Row Labels	Kabupaten Bima	Kabupaten Lombok Barat	Kabupaten Lombok Tengah	Kabupaten Lombok Timur	Kabupaten Sumbawa	Kabupaten Sumbawa Barat	Kota Mataram	Provinsi Lainnya	Grand Total	
DIK (Divisi Kamar - Diploma III)	0.00%	1.65%	27.47%	2.20%	0.00%	0.00%	5.49%	1.65%	38.46%	
SKU (Seni Kuliner - Diploma III)	0.00%	0.00%	17.03%	2.75%	0.55%	0.55%	7.14%	0.00%	28.02%	
TAH (Tata Hidang - Diploma III)	0.00%	0.55%	12.09%	0.55%	0.55%	0.00%	1.65%	0.55%	15.93%	
UPW (Usaha Perjalanan Wisata - Diploma IV)	0.55%	1.10%	8.24%	1.10%	1.10%	0.00%	3.30%	2.20%	17.58%	
Grand Total	0.55%	3.30%	64.84%	6.59%	2.20%	0.55%	17.58%	4.40%	100.00%	

Sumber: Hasil penelitian, 2021 (diolah)

Bila ditelaah berdasarkan pekerjaan orangtua, sejumlah 56 persen responden merupakan tiga kategori pekerjaan yang mendominasi terdiri atas 23 persen berprofesi sebagai petani, 19 persen dengan profesi sebagai ASN dan 14 persen merupakan pegawai swasta. Berdasarkan pada tingkat pendapatan orangtua, dominasi dari 57 persen responden

melaporkan rentang pendapatan pada angka satu juta hingga lima juta rupiah, sedangkan 38 persen dominasi berikutnya berada pada rentang pendapatan kurang dari satu juta rupiah.

Tabel 6. Distribusi responden berdasarkan pekerjaan dan tingkat pendapatan orangtua

Count of Pekerjaan Ayah atau Ibu		Column Labels					
Row Labels		kurang dari Rp. 1.000.000,-	lebih dari Rp. 10.000.000,-	Rp 5.000.000,- hingga Rp 10.000.000,-	Rp. 1.000.000,- hingga Rp. 3.000.000,-	Rp. 3.000.000,- hingga Rp. 5.000.000,-	Grand Total
Buruh		4.95%	0.00%	0.00%	2.20%	0.00%	7.14%
Dosen Non PNS / Guru Non PNS		0.00%	0.00%	0.00%	1.10%	0.55%	1.65%
Dosen PNS / Guru PNS		0.00%	0.00%	0.55%	2.75%	2.75%	6.04%
Lainnya		7.14%	0.00%	0.55%	2.75%	1.10%	11.54%
Pedagang		2.75%	0.00%	0.55%	2.75%	0.00%	6.04%
Pegawai Negeri Sipil (PNS) / Aparatur Sipil Negara (ASN)		0.55%	0.00%	0.55%	9.89%	8.24%	19.23%
Pegawai Swasta		3.30%	0.00%	1.65%	7.14%	1.65%	13.74%
Pemilik Usaha		1.65%	0.55%	0.55%	0.55%	1.10%	4.40%
Pensiunan		1.10%	0.00%	0.00%	3.30%	0.55%	4.95%
Petani / Peternak / Nelayan		16.48%	0.00%	0.55%	5.49%	0.00%	22.53%
TNI / POLRI / Aparat Hukum		0.00%	0.00%	0.00%	1.10%	1.65%	2.75%
Grand Total		37.91%	0.55%	4.95%	39.01%	17.58%	100.00%

Sumber: Hasil penelitian, 2021 (diolah)

Uji regresi dengan pengujian simultan melalui statistik F memberikan hasil nilai F-hitung sebesar 17.98 pada nilai signifikansi 0.000, dimana nilai hitung tersebut dibandingkan dengan nilai tabel pada F(3,178) sebesar 2.66 pada α 5 persen. Koreksi perbandingan menunjukkan bahwa nilai F-hitung lebih besar daripada F-tabel, memberikan makna bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu seluruh variabel bebas yang terdiri atas Bauran Pemasaran, Kelompok Rujukan dan Persepsi memberikan pengaruh secara bersama-sama atau serempak terhadap variabel terikat Sikap mahasiswa dalam memilih Politeknik Pariwisata Lombok.

Tabel 7. Uji statistik F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	823.341	3	274.447	17.989
	Residual	2715.610	178	15.256	
	Total	3538.951	181		

a. Dependent Variable: Sikap

b. Predictors: (Constant), Persepsi, Baruan Pemasaran, Kelompok Rujukan

Sumber: Hasil penelitian, 2021 (SPS 22)

Untuk mendalami pengaruh variabel bebas, dilakukan pengujian parsial melalui statistik t yang memberikan hasil nilai t-hitung dan nilai sig. dari setiap variabel bebas. Nilai hitung tersebut dibandingkan dengan nilai tabel pada t(0.05;178) sebesar 1.65 pada α 5 persen. Koreksi perbandingan dilakukan terhadap nilai t-hitung dan nilai sig. dari masing-

masing variabel bebas untuk mengidentifikasi pengaruhnya secara terpisah atau parsial terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2018).

Tabel 8. Uji statistik t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.858	2.884		3.072	.002
Baruan Pemasaran	.081	.028	.220	2.928	.004
Kelompok Rujukan	.229	.074	.256	3.091	.002
Persepsi	.219	.122	.133	1.794	.075

a. Dependent Variable: Sikap

Sumber: Hasil penelitian, 2021 (SPS 22)

Dengan hasil pengujian pada tabel uji statistik t diperoleh model awal persamaan regresi linier berganda yang dipergunakan dalam penelitian yaitu:

$$Y = 8.858 + .081X_1 + .229X_2 + .219X_3$$

Dimana, Y merupakan variabel terikat yaitu variabel Sikap, kemudian X₁, X₂ dan X₃ masing-masing adalah variabel bebas Bauran Pemasaran, Kelompok Rujukan dan Persepsi. Pendalaman terhadap hasil uji statistik t dari setiap variabel bebas memberikan hasil berikut:

1. Nilai t-hitung X₁ lebih besar dari t-tabel dengan nilai sig. X₁ lebih kecil dari α, maka Ho₂ ditolak dan Ha₂ diterima, dengan makna variabel Bauran Pemasaran memberikan pengaruh secara parsial terhadap Sikap.
2. Nilai t-hitung X₂ lebih besar dari t-tabel dengan nilai sig. X₂ lebih kecil dari α, maka Ho₃ ditolak dan Ha₃ diterima, dengan makna variabel Kelompok Rujukan memberikan pengaruh secara parsial terhadap Sikap.
3. Nilai t-hitung X₃ lebih besar dari t-tabel dengan nilai sig. X₃ lebih besar dari α, maka Ho₄ diterima dan Ha₄ ditolak, dengan makna variabel Persepsi tidak memberikan pengaruh secara parsial terhadap Sikap.

Tabel 9. Uji koefisien

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682 ^a	.465	.420	3.906

a. Predictors: (Constant), Persepsi, Baruan Pemasaran, Kelompok Rujukan

Sumber: Hasil penelitian, 2021 (SPS 22)

Uji koefisien dilakukan dengan dua pendekatan hasil yaitu koefisien korelasi dan koefisien determinasi. Tabel hasil uji koefisien menunjukkan nilai koefisien R sebagai nilai korelasi sebesar 0.682 bermakna bahwa terjadi hubungan yang kuat dan searah antara tiga variabel bebas dengan variabel terikat pada penelitian ini. Sedangkan nilai koefisien R-square sebesar 0.465 bermakna bahwa ketiga variabel yang dipergunakan memberikan pengaruh

sebesar 46.5 persen terhadap variabel terikat, dimana selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

PEMBAHASAN

Berdasarkan pada hasil uji statistik t dan dengan melihat koreksi perbandingan terhadap masing-masing variabel terikat, diperoleh model persamaan regresi linier yang berlaku pada penelitian ini yaitu:

$$Y = 8.858 + .081X_1 + .229X_2$$

Persamaan pada model regresi ini menunjukkan bahwa terdapat dua dari tiga variabel bebas yang hanya memberikan pengaruh terhadap Sikap yaitu variabel Bauran Pemasaran dan variabel Kelompok Rujukan dalam penelitian ini. Dengan kata lain, hanya variabel Bauran Pemasaran dan Kelompok Rujukan yang memberikan kontribusi signifikan terhadap Sikap mahasiswa dalam memilih Politeknik Pariwisata Lombok. Lebih mendalam lagi, uji koefisien memberikan sudut pandang lebih komprehensif, dimana nilai koefisien korelasi hanya masuk kedalam kategori kuat, yang artinya secara bersama-sama ketiga variabel bebas penelitian masih dapat didukung oleh variabel tambahan lain untuk meningkatkan pengaruhnya terhadap Sikap mahasiswa. Hal ini diperkuat dengan nilai koefisien determinasi yang menunjukkan tiga variabel bebas penelitian ini hanya memberikan besaran pengaruh sebesar kurang dari setengah terhadap Sikap mahasiswa. Hal ini menunjukkan lebih rinci bahwa memberikan tambahan sumber daya dan fokus peningkatan pada perbaikan strategi pemasaran maupun intervensi melalui kelompok rujukan hanya akan meningkatkan potensi ketertarikan mahasiswa terhadap Politeknik Pariwisata Lombok, sebesar tidak lebih dari 50 persen dari pencapaian sebelumnya.

Jika mengacu pada penelitian sejenis lainnya, penelitian pada Politeknik Pariwisata Palembang menunjukkan terdapat tujuh variabel yang memberikan nilai signifikan terhadap tingkat kecenderungan keputusan akademik, dimana faktor keluarga dan faktor budaya memberikan kontribusi terbesar (Karo Karo *et al.*, 2021). Terdapat juga penelitian pada Politeknik Pariwisata Bali yang mengkonfirmasi terdapat enam faktor yang menjadi pertimbangan bagi mahasiswa dalam menentukan keputusan pemilihan, dengan faktor pertimbangan karir memberikan nilai tertinggi (Kadek Eni Juniari *et al.*, 2022). Bila ditinjau berdasarkan karakteristik populasi dari setiap daerah, tentunya memang tidak dapat disamakan dan dipastikan bahwa faktor-faktor yang sama akan pasti muncul jika dipergunakan kembali sesuai referensi penelitian sebelumnya, akan tetapi hasil tersebut dapat dijadikan pengembangan penelitian berikutnya jika dikaitkan dengan hasil penelitian ini agar memperkaya analisis dalam penelitian berikutnya. Dengan harapan, strategi yang dipersiapkan nantinya akan lebih mampu memberikan pertumbuhan signifikan terhadap kinerja input mahasiswa bagi Politeknik Pariwisata Lombok kedepannya.

Pertimbangan faktor lain juga dapat disumbang dengan melihat karakteristik responden. Hasil distribusi responden menunjukkan tidak perbedaan mencolok antara jumlah mahasiswa dan mahasiswi, begitu juga bila dibagi berdasarkan kategori asal sekolah,

menunjukkan bahwa informasi yang diberikan oleh responden tidak berhubungan langsung dengan jenis kelamin maupun asal sekolah. Jika ditinjau berdasarkan tingkat pendapatan orangtua, diketahui bahwa 77 persen dari responden menginformasikan tingkat pendapat yang berada dibawah angka 3 juta rupiah. Hal ini dapat menjadi pertimbangan penambahan variabel lainnya seperti jenjang karir dan potensi kerja, sebab dalam kondisi seperti hal tersebut maka orientasi langsung bekerja dari para lulusan dapat dikatakan cukup tinggi karena kaitannya dengan faktor ekonomi keluarga.

SIMPULAN

Merujuk pada hasil penelitian, diketahui bahwa Bauran Pemasaran dan Kelompok Rujukan memiliki peranan penting bagi mahasiswa dalam menentukan Perguruan Tinggi yang menjadi pilihan dalam melanjutkan pendidikan tinggi. Dari kedua faktor tersebut, terdeteksi bahwa kelompok rujukan memiliki proporsi lebih besar dibandingkan dengan bauran pemasaran, hampir tiga kali lipat memberikan dampak lebih tinggi bagi sikap mahasiswa ketika menentukan pilihannya kepada Politeknik Pariwisata Lombok. Melengkapi hal tersebut, diketahui pula bahwa peminat utama Politeknik Pariwisata Lombok berlatar belakang sekolah SMA Negeri dan SMK Negeri dengan daerah asal utama dari Kabupaten Lombok Tengah dan Kota Mataram, dimana diketahui memiliki proporsi yang cenderung sama bila diidentifikasi berdasarkan program studinya. Dilihat dari rentang pendapatan orangtua yang didominasi pada angka kurang dari tiga juta rupiah per bulan, maka pendekatan dunia kerja dan beasiswa dapat menjadi salah satu upaya peningkatan minat bagi calon mahasiswa untuk bergabung dengan Politeknik Pariwisata Lombok.

DAFTAR PUSTAKA

- Citra, P., Perhotelan, R. and Surakarta, I. (2021) 'KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MEMILIH PERGURUAN TINGGI PARIWISATA DI PROVINSI KEPULAUAN RIAU', *Jurnal Hotelier*, 7(2), pp. 70–83. Available at: <http://hotelier.poltekindonusa.ac.id/index.php/view/article/view/108> (Accessed: 28 October 2022).
- DPR-RI (2022) *Ringkasan Eksekutif*. Available at: <https://berkas.dpr.go.id/akd/dokumen/K10-43-aad18a4ec2863193845072a59594395e.pdf> (Accessed: 27 October 2022).
- Fakhri, M. et al. (2017) 'Analisis Faktor Pembentuk Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta Universitas Telkom (Studi Pada Mahasiswa Prodi S1 Administrasi Bisnis Fakultas', *Bisnis & Entrepreneurship*, 11(1), pp. 1–12. Available at: <https://www.neliti.com/publications/77086/analisis-faktor-pembentuk-keputusan-pemilihan-perguruan-tinggi-swasta-universita> (Accessed: 23 June 2021).
- Hironymus Ghodang & Hantono (2020) *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar dan Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS)*, Penerbit Mitra Grup. Available at: https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=zD4CEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=metodologi+regresi+linear&ots=Y7yDE-sCAo&sig=HV2TQntFZZm5fOGJpRsSf4ucN0A&redir_esc=y#v=onepage&q=metodologi+regresi+linear&f=false (Accessed: 7 February 2023).
- Honggoriansyah, D., Karo Karo, P. and Permatasari, M. (2020) 'Pengaruh promosi dan harga

- terhadap keputusan pembelian pada hotel berbintang tiga di kota palembang', *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, 4(2). doi: 10.24843/jkh.2020.v04.i02.p06.
- Kadek Eni Juniari, N. et al. (2022) 'Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Program Studi Diploma III Manajemen Tata Hidangan di Politeknik Pariwisata Bali', *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 11(1), pp. 70–80. doi: 10.52352/JBH.V10I1.463.
- Karo Karo, P. (2021) 'Analisis Pengaruh Kesiapan Kabupaten Banyuasin terhadap Penyelenggaraan Sports Event di Provinsi Sumatera Selatan', *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 9(1). doi: 10.36983/japm.v9i1.73.
- Karo Karo, P. et al. (2021) 'Kecenderungan Keputusan Akademik pada Politeknik Pariwisata Palembang', *JEKPEND: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 4(2), pp. 28–35. doi: 10.26858/JEKPEND.V4I2.20949.
- Karomi, M. I. (2022) 'Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Melakukan Aktivitas Staycation Di Homestay Desa Wisata Kembang Kuning, Lombok Timur', *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 8(1), pp. 664–673. doi: 10.36312/jime.v8i1.2749.
- Kementerian_Keluaran_RI (2022) *Pemerintah Alokasikan Anggaran Pendidikan Tahun 2023 Sebesar Rp608,3 Triliun*. Available at: <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Anggaran-Pendidikan-Tahun-2023-Sebesar-Rp608,3-T> (Accessed: 27 October 2022).
- Kotler, A. B. P. (2014) 'Konsep Kepuasan Philip Kotler', *Konsep Kepuasan Philip Kotler*.
- Lien Maulina et al. (2021) *Pelaksanaan Protokol Kesehatan Berbasis Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainability (CHSE) pada Industri Perhotelan di Kota Bandung*, *Media Bina Ilmiah OJS*.
- LLDIKTI-3 (2019) *Kepmen dan Kepdirjen Tentang Daftar Nama Program Studi pada Perguruan Tinggi dan Kepdirjen Tentang Pedoman Penyesuaian dan Pengusulan Nama Program Studi Tahun 2019 – LLDIKTI Wilayah III*. Available at: <https://lldikti3.kemdikbud.go.id/v6/2019/03/18/kepmen-dan-kepdirjen-tentang-daftar-nama-program-studi-pada-perguruan-tinggi-dan-kepdirjen-tentang-pedoman-penyesuaian-dan-pengusulan-nama-program-studi-tahun-2019/> (Accessed: 27 October 2022).
- Mahmudah, Mohammad Baga, L. and Amanah, S. (2019) *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH PROGRAM PASCASARJANA ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE STUDENT DECISIONS CHOOSING POSTGRADUATE PROGRAMS*, *TADBIR MUWAHHID*. Available at: ojs.unida.ac.id (Accessed: 23 June 2021).
- Mothersbaugh, D. L. and Hawkins, D. I. (2016) *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy, Thirteenth Edition*, *Mc Graw Hill Education*.
- OECD (2022) *Publications - PISA*. Available at: <https://www.oecd.org/pisa/publications/> (Accessed: 27 October 2022).
- Poltekpar-Lombok (2022) *Politeknik Pariwisata Lombok - Lombok Tourism Polytechnic*. Available at: <https://ppl.ac.id/> (Accessed: 27 October 2022).
- Poltekpar-NHI-Bandung (2022) *STP BANDUNG*. Available at: <https://www.stp-bandung.ac.id/index.html> (Accessed: 27 October 2022).

Poltekpar-Palembang (2022) *Politeknik Pariwisata Palembang – Poltekpar Palembang Selalu Dihati*. Available at: <https://poltekpar-palembang.ac.id/> (Accessed: 27 October 2022).

Rikardo, D., Turiska, J. and Pelayaran Banten, P. (2021) 'Analisis Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Taruna/I Memilih Kampus Politeknik Pelayaran', *Alignment: Journal of Administration and Educational Management*, 4(2), pp. 141–152. doi: 10.31539/ALIGNMENT.V4I2.3019.

Sawaji, J., Hamzah, D. and Taba, I. (2010) *PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA DI SULAWESI SELATAN*, *pasca.unhas.ac.id*. Available at: <https://pasca.unhas.ac.id/jurnal/files/93eafc626f1884778a6b787f77c1832b.pdf> (Accessed: 23 June 2021).

Schiffman and Wisenblit (2015) 'Persepsi', in *Consumer Behavior 11th edition*.

Sugiyono (2018) *Metode Peneiltian Kuantitatif, Kualitatif Kombinasi dan R&D*, Alfabeta Bandung.

WEF (2022) *Reports | World Economic Forum*. Available at: <https://www.weforum.org/reports/> (Accessed: 27 October 2022).

Wibowo, H. dan (2020) 'Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Dan Bisnis Universitas Telkom the Effect of Marketing Mix on Student Decision in Choosing Existing Study Programs At the Faculty of Communication and Business in Telkom University', 6(2), p. 954.

World-Bank (2022) *Human Capital Index (HCI) (scale 0-1) | Data*. Available at: https://data.worldbank.org/indicator/HD.HCI.OVRL?end=2020&most_recent_year_desc=true&start=2010&type=shaded&view=map&year=2020 (Accessed: 27 October 2022).

Wulandini S, P. (2017) 'Pengambilan Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Pekanbaru', *JSSH (Jurnal Sains Sosial dan Humaniora)*, 1(2), p. 93. doi: 10.30595/jssh.v1i2.1788.