

# Peran Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIE Mahaputra Riau Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening

Location, Price,  
Intention and  
Student Decision

Nusyirwan, Safrizal, Rahmadani Hidayat  
STIE Mahaputra Riau, Pekanbaru, Indonesia  
E-Mail: irwanpkuplg@gmail.com

627

Submitted:  
FEBRUARI 2023

Accepted:  
JULI 2023

## ABSTRACT

*Student interest and decision making to choose a place to continue their education is very important to be understood by every university, so it is necessary to make efforts to always learn about the needs and desires of prospective students. This study aims to determine the role of location and price on student decisions in choosing STIE Mahaputra Riau with interest as an intervening variable. The variables used in this study were location and price as independent variables, decision as the dependent variable, and interest as intervening variables. The data source in this study is primary data, where the data collection method uses a questionnaire method distributed in STIE Mahaputra Riau. The number of respondents in this study was 220 people who were determined by proportional random sampling. The data analysis technique used is path analysis. The results showed that location and price partially had a positive and significant effect on decisions, location and price partially had a positive and significant effect on interest, location and price had a positive and significant effect on decisions through interest as an intervening variable, interest had a positive and significant effect on decisions.*

**Keywords:** location, price, interest, student decision

## ABSTRAK

*Minat dan pengambilan keputusan mahasiswa untuk memilih tempat melanjutkan pendidikan sangat penting untuk dipahami oleh setiap perguruan tinggi, sehingga perlu dilakukan upaya untuk selalu mempelajari kebutuhan dan keinginan calon mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran lokasi dan harga terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih STIE Mahaputra Riau dengan minat sebagai variabel intervening. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah lokasi dan harga sebagai variabel bebas, keputusan sebagai variabel terikat, dan minat sebagai variabel intervening. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, dimana metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner yang disebar di STIE Mahaputra Riau. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 220 orang yang ditentukan secara proporsional random sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi dan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan, lokasi dan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat, lokasi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan melalui minat sebagai variabel intervening, minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan. positif dan signifikan terhadap keputusan.*

**Keywords:** location, price, interest, student decision

## PENDAHULUAN

Dunia pendidikan merupakan salah satu bagian yang sangat terpenting yang dilakukan oleh setiap manusia dalam mengembangkan dan meningkatkan kemampuan dirinya melalui proses pembelajaran. Dalam peningkatan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi diperlukannya pendidikan secara formal maupun pendidikan secara informal. Menurut Endah Puspa Pratiwi, & Budhi Wibhawa (2015:2), menyatakan Pendidikan memiliki peranan strategis dalam menyiapkan generasi berkualitas, sebagai

**JIMKES**

Jurnal Ilmiah Manajemen  
Kesatuan  
Vol. 11 No. 2, 2023  
pp. 627-636  
IBI Kesatuan  
ISSN 2337 – 7860  
E-ISSN 2721 – 169X  
DOI: 10.37641/jimkes.v11i2.1542

institusi utama dalam upaya pembentuk sumber daya manusia (SDM) yang kompeten, pendidikan menjadi taken for granted terkait dengan eksistensi suatu bangsa Menurut Coobs dalam D Sudjana dan dalam Arabiyatul dan Adawiyah (2016:2), menyatakan bahwa pendidikan formal adalah kegiatan yang sistematis, berstruktur, bertingkat, berjenjang dimulai dari sekolah dasar sampai dengan perguruan tinggi dan yang setara dengannya

Menurut UU No. 20 tahun 2003 pasal 19 ayat 1 :“yang dimaksud perguruan tinggi adalah merupakan jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah mencakup program pendidikan diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doktor yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi ”. Meski masuk PTN menjadi impian sebagian calon mahasiswa, namun daya tampung kampus negeri cukup terbatas. Misalnya saja, untuk SBMPTN hanya sekitar 20 persen yang lolos seleksi. (<https://www.kompas.com>, 2020). Bagi calon mahasiswa yang tidak tertampung di PTN (Perguruan Tinggi Negeri) mendorong Perguruan Tinggi Swasta (PTS) berlomba lomba memminatnkan lembaganya dengan tujuan menarik perhatian calon mahasiswa. Kesempatan sangat luas bagi setiap PTS yang didukung oleh sarana dan prasarana yang cukup lengkap, tenaga pendidikan yang melimpah dan pasar yang jelas, semakin mempercepat tumbuhnya industri pendidikan. Dengan kondisi saat ini perguruan tinggi negeri memiliki daya tampung mahasiswa yang sangat terbatas maka oleh sebab itu perguruan tinggi swasta harus melakukan strategi khusus yang berbeda dengan PTS lain. Besar kecilnya kemampuan dalam memperoleh mahasiswa tergantung dari penyampaian informasi tentang PTS tersebut, yang secara nyata terlihat dari strategi pemasaran jasa yang diterapkan oleh setiap PTS.

Memilih pendidikan harus cermat. Terutama dalam memilih perguruan tinggi, harus mencari suatu institusi di bidang pendidikan yang mampu memberikan pelayanan jasa pendidikan yang benar-benar mampu mewujudkan suatu pendidikan yang memiliki kompetensi. Selepas lulus SMA/SMK, siswa akan dihadapkan pada pilihan untuk melanjutkan pendidikan di berbagai perguruan tinggi atau langsung bekerja. Memilih melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi, maka akan dihadapkan pada pilihan berbagai jenjang pendidikan mulai dari program Diploma (DI, DII, DIII) maupun Sarjana (S1). Dalam memilih jenjang pendidikan disesuaikan dengan kemampuan dan keinginan serta rancangan awal sebelum memasuki jenjang perguruan tinggi yaitu, berapa lama waktu yang diinginkan untuk menempuh pendidikan dan pekerjaan seperti apa nantinya yang diinginkan

Perguruan tinggi yang berkembang saat sekarang ini memberikan banyak alternatif pada calon mahasiswa. Alternatif yang begitu banyak menyebabkan calon mahasiswa harus memperhatikan berbagai faktor, salah satunya adalah harga maupun lokasi yang mempengaruhi perilaku mahasiswa/i dalam memutuskan perguruan tinggi mana yang terbaik. Salah satu perguruan tinggi yang ada di Provinsi Riau khususnya Kota Pekanbaru yakni STIE Mahaputra Riau. STIE Mahaputra Riau merupakan alih bentuk dari Akuntansi Akademi Mahaputra yang berdiri tahun 1997, pada tahun 2012 STIE Mahaputra Berdiri dengan program Sarjananya, berikut ini jumlah mahasiswa STIE Mahaputra beberapa tahun belakangan :

Tabel 1 Jumlah Mahasiswa Tahun 2015 – 2021

Tahun	Jumlah Mahasiswa
2015	466
2016	289
2017	98
2018	104
2019	149
2020	158
2021	176

Sumber : STIE Mahaputra Riau (2022)

Berdasarkan dari data pada tabel 1 dimana terjadinya fluktuasi jumlah mahasiswa yang masuk setiap tahunnya, sehingga mengindikasikan bahwa terdapat masalah dalam pengambilan keputusan yang dilakukan oleh calon mahasiswa untuk melanjutkan pendidikan di STIE Mahaputra Riau. Berdasarkan konsep yang ada suatu masalah timbul apabila keadaan ideal tidak sesuai dengan kenyataan yang ada.

Keputusan mahasiswa dalam memilih untuk melanjutkan studi di STIE Mahaputra Riau mengindikasikan bahwa mahasiswa melakukan pertimbangan-pertimbangan yang sangat ketat untuk kuliah di STIE Mahaputra Riau, jika keadaan atau kondisi yang terlihat tidak sesuai dengan apa yang diharapkannya, maka akan terjadi keraguan yang dapat berakibat pada keputusan untuk tidak memilih, dalam hal ini keputusan untuk tidak melanjutkan studi di tempat yang diharapkan. Pada kenyataannya, pembuatan pilihan (choice making) memiliki banyak dimensi dan dampak. Memilih merupakan bagian dari suatu upaya pemecahan sekaligus sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan (decision making).

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh harian Kompas (25 April 2011, h. 4) di Jakarta, terdapat beberapa variabel yang sangat mempengaruhi calon mahasiswa dalam memutuskan melanjutkan studi ke perguruan tinggi, yaitu karena faktor citra/nama besar universitas (brand image), fasilitas yang disediakan, kurikulum yang ditawarkan, biaya pendidikan, dan faktor lokasi yang strategis. Pada penelitian ini peneliti hanya memfokuskan pada lokasi dan harga.

Menurut Tjiptono (2014 : 43), menyatakan bahwa keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Keputusan ini meliputi keputusan lokasi fisik (misalnya keputusan mengenai di mana sebuah hotel atau restoran didirikan), keputusan mengenai penggunaan perantara untuk meningkatkan aksesibilitas jasa bagi para pelanggan. Lokasi perguruan tinggi STIE Mahaputra Riau saat ini berada di Jln Paus No. 52 yang terletak cukup strategis di tengah kota Pekanbaru. Hal ini merupakan salah satu kekuatan bagi STIE Mahaputra Riau, disebabkan lokasi kampus berada ditengah kota Pekanbaru yang dekat dengan pusat bisnis, instansi pemerintahan, terminal, bandara sehingga sangat mudah dijangkau oleh calon mahasiswa.

Menurut Tjiptono (2014 : 192), menyatakan bahwa penetapan harga merupakan keputusan kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun non profit. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. Namun keputusan harga tidak mudah dilakukann. Di satu sisi harga yang terlalu mahal bisa meningkatkan laba jangka pendek tetapi di sisi lain akan sulit di jangkau oleh konsumen dan sukar bersaing dengan kompetitor. Harga yang ditawarkan oleh STIE Mahaputra Riau cukup mahal. Harga (uang kuliah) yang ditetapkan oleh STIE Mahaputra Riau sebesar Rp 2.100.000 per semester. Uang kuliah tersebut belum termasuk uang pembangunan dan sebagainya. Jika dibandingkan dengan perguruan tinggi lain seperti STIE Dharma Putra per semesternya sebesar Rp 1.600.000 per semester. Berikut tabel biaya kuliah STIE Mahaputra dengan perguruan tinggi lain :

Tabel 2. Perbandingan Biaya Kuliah STIE Mahaputra Riau dengan STIE Dharma Putra Pekanbaru

Keterangan	Prodi	STIE Mahaputra Riau	STIE Dharma Putra
SPP Semester	S1 Manajemen	Rp 2.200.000,00	Rp 1.800.000,00
	S1 Akuntansi		Rp 1.500.000,00
	D III Akuntansi		-

Sumber : STIE Mahaputra Riau dan STIE Dharma Putra Pekanbaru (2022)

Selain faktor lokasi maupun harga yang mempengaruhi melaksanakan suatu keputusan juga di pengaruhi oleh minat, minat merupakan kesenangan seseorang atas objek yang diinginkannya. Oleh sebab itu minat dan keputusan mempunyai hubungan yang sangat erat. Seseorang tidak akan melakukan terhadap sesuatu yang menjadi kesenangannya, apabila orang tersebut kurang berminat terhadap obyek yang dimaksud. Demikian juga dengan minat siswa untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi, seseorang siswa tidak akan melanjutkan studi ke perguruan tinggi apabila siswa tersebut

tidak berminat terhadap perguruan tinggi tersebut. Minat siswa untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi dapat timbul karena adanya dorongan yang berupa perhatian, keinginan atau kebutuhannya. Berikut ini jumlah mahasiswa yang masuk STIE dari Tahun 2015 – 2021 adalah sebagai berikut

Tabel 3 Mahasiswa yang Masuk Tahun 2015 – 2021

Tahun	Biaya Kuliah/ Semester	Target Pendaftaran	Realisasi Mahasiswa yang masuk	Presentase
2015	Rp 1,400,000	500 Mahasiswa	466 Mahasiswa	93%
2016	Rp 1,400,000	500 Mahasiswa	289 Mahasiswa	58%
2017	Rp 1,600,000	500 Mahasiswa	98 Mahasiswa	20%
2018	Rp 1.600,000	500 Mahasiswa	104 Mahasiswa	21%
2019	Rp 1,800,000	500 Mahasiswa	149 Mahasiswa	30%
2020	Rp 2,200,000	500 Mahasiswa	158 Mahasiswa	32%
2021	Rp 2,200,000	500 Mahasiswa	176 Mahasiswa	35%

Sumber : STIE Mahaputra Riau (2022)

Tabel 3 dapat dilihat jumlah mahasiswa yang menjadi target masuk mahasiswa tidak tercapai setiap tahunnya hal ini menunjukkan bahwa minat mahasiswa untuk kuliah di STIE Mahaputra Riau berfluktuasi. Bertitik tolak dari fenomena yang dihasilkan atau diungkapkan oleh peneliti, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan judul penelitian “Peran Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di STIE Mahaputra Riau dengan Minat Sebagai Variabel Intervening.

#### METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan peneliti pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Mahaputra Riau yang beralamat di Jl Paus No. 52 Pekanbaru, peneliti mengambil tempat pada penelitian dengan pertimbangan bahwa adanya terjadinya permasalahan khususnya terkait dengan keputusan. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa di STIE Mahaputra Riau angkatan 2019, 2020 dan tahun 2021 sebesar 483 orang mahasiswa yang menjadi populasi pada penelitian ini. Teknik penentuan sampel yang peneliti pergunakan pada penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin. Maka jumlah sampel pada penelitian sebanyak 220 orang sampel dengan penyebaran kuesioner dengan menggunakan proporsional random sampling, sebagai berikut :

Tabel 4 Kriteria Penentuan Sampel Penelitian

Tahun	Jumlah Mahasiswa	Sampel Penelitian (Orang)
2018	149	67
2019	158	71
2021	176	82
Total		220

Sumber: Olahan data, 2022

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Hasil Uji Statistik Deskriptif

Tabel 5 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N Statistic	Minimum Statistic	Maximum Statistic	Mean Statistic	Std. Deviation Statistic
Keputusan (Y)	220	1.00	5.00	3.45	0.37573
Minat (Z)	220	1.00	5.00	3.48	0.51051
Harga (X <sub>1</sub> )	220	1.00	5.00	3.68	0.60727
Lokasi (X <sub>2</sub> )	220	1.00	5.00	3.74	0.82890

Sumber: Olahan data, 2022

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan tanggapan responden atas keputusan, minat, harga, dan lokasi dengan nilai minimum adalah 1 dan maksimum 5, dengan rata-rata 3,45; 3,48; 3,68; dan 3.74, hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden atas objek penelitian adalah cukup baik pada STIE Mahaputra Riau. Disamping itu standar deviasi atas hasil pengujian menunjukkan nilai sebesar 0.37573; 0.51051; 0.60727; dan 0.82890. Nilai rata-rata kecurangan > standar deviasinya 0,562723, maka dapat dikatakan bahwa terdapat penyebaran data tidak bervariasi (sama).

#### Hasil Uji Validitas

Adapun hasil Uji validitas dan reliabilitas sebagai berikut ;

Tabel 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitasi

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X11	123.7704	533.439	.678	.974
X12	123.7347	536.381	.631	.974
X13	123.7602	529.281	.682	.974
X14	124.2908	527.182	.569	.975
X15	124.8163	524.612	.619	.975
X16	124.2449	524.586	.613	.975
X17	123.9745	525.461	.762	.974
X21	123.9490	524.161	.824	.973
X22	124.0408	525.598	.771	.974
X23	123.9031	529.575	.724	.974
X24	123.8418	531.447	.760	.974
X25	123.8214	528.876	.758	.974
X26	123.8980	528.041	.755	.974
X27	123.9847	527.984	.682	.974
X28	123.9031	530.529	.675	.974
X29	124.1837	522.879	.726	.974
Z1	124.3622	525.227	.697	.974
Z2	124.1480	526.875	.618	.974
Z3	123.7398	526.696	.733	.974
Z4	123.7857	530.487	.709	.974
Z5	124.0153	520.702	.833	.973
Z6	123.9490	520.223	.816	.973
Z7	123.9235	526.102	.792	.974
Z8	123.7347	526.381	.762	.974
Y11	123.7653	528.468	.695	.974
Y12	123.9541	519.685	.827	.973
Y13	124.0051	523.882	.771	.974
Y14	124.0357	519.840	.833	.973
Y15	124.2143	520.662	.789	.973
Y16	123.8520	529.696	.648	.974
Y17	123.9031	523.175	.784	.974
Y18	123.9133	528.121	.717	.974
Y19	124.0102	519.672	.831	.973

Sumber: Olahan data, 2022

Pada didasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa corrected item total correlation diatas 0,197(r tabel) hal ini menunjukkan bahwa pernyataan pada setiap kuesioener dapat dinyatakan valid, sedangkan pada hasil uji reliabilitas dapat diketahui cronbach aplha diatas 0,7 hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan atas variable penelitian pada keseluruhan kuesioner valid dan reliabel.

### Hasil Uji Hipotesis

Adapun hasil pengujian hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Keterangan	Taraf	Sig	Kesimpulan
H1	Lokasi-keputusan	.05	.040	Berpengaruh
H2	Harga-keputusan	.05	.000	Berpengaruh
H3	Lokasi-Minat	.05	.000	Berpengaruh
H4	Harga-Minat	.05	.000	Berpengaruh
H5	Lokasi-Minat-Keputusan	.05	.042	Berpengaruh
H6	Harga-Minat-Keputusan	.05	.023	Berpengaruh
H7	Minat-Keputusan	.05	.000	Berpengaruh

Sumber: Olahan data, 2022

### Hasil Uji Koefisien Jalur

Didasarkan pada seluruh koefisien jalur dari hubungan kausalitas yang ada, dapat diketahui Pengaruh Kausal Langsung (PKL) dan Pengaruh Kausal Tidak Langsung (PKTL) dari setiap variabel yang diteliti. Adapun hasil uji koefisien jalur sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil Uji Pengaruh Berdasarkan Koefisien Jalur

Pengaruh Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh Kausal	
		Langsung	Tidak Langsung
Lokasi Terhadap Keputusan	0,170	0,170	-
Harga Terhadap Keputusan	0,566	0,566	-
Lokasi Terhadap Minat	0,328	0,328	
Harga Terhadap Minat	0,508	0,508	
Lokasi Terhadap Keputusan Melalui Minat	0,091	-	0,091
Harga Terhadap Keputusan Melalui Minat	0,153	-	0,153
Minat Terhadap Keputusan	0,857	0,857	-
E1	0,702	0,702	-
E2	0,520	0,520	-

Sumber : Hasil Pengolahan

Pada tabel 8 pengaruh kausal langsung dan tidak langsung adalah sebagai berikut :

Pengaruh langsung lokasi terhadap keputusan sebesar 0,170, Pengaruh langsung harga terhadap keputusan sebesar 0,566, Pengaruh langsung lokasi terhadap minat sebesar 0,328, Pengaruh langsung harga terhadap minat sebesar 0,508, Pengaruh tidak langsung lokasi terhadap keputusan melalui minat sebesar 0,191, Pengaruh tidak langsung harga terhadap keputusan melalui minat sebesar 0,153., Pengaruh langsung minat terhadap keputusan sebesar 0,857, E1 sebesar 0,702 menunjukkan koefisien pengaruh variabel lain di luar penelitian ini yang dapat mempengaruhi Y, E2 sebesar 0,520 menunjukkan koefisien pengaruh variabel lain di luar penelitian ini yang dapat mempengaruhi Z.

### Lokasi Berpengaruh Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIE Mahaputra Riau

Berdasarkan pada hasil penelitian pada table 7, lokasi memberikan kontribusi terhadap keputusan mahasiswa sebesar 0,170 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,040 atau dibawah 0,05, maka berdasarkan hasil nya didapatkan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa, hal ini menunjukkan bahwa lokasi yang strategis akan dapat memberikan kemudahan tersendiri khususnya mahasiswa yang akan kuliah di STIE Mahaputra Riau dan juga secara tidak langsung akan dapat memberikan keputusan kepada mahasiswa yang akan kuliah di STIE Mahaputra Riau. Suatu lokasi juga akan memberikan pengaruh kepada sebuah bisnis usaha yang dijalankan baik itu bisnis jasa maupun bisnis non jasa dengan lokasi yang strategis juga konsumen atau pelanggan akan mempertimbangkan untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan bisnis tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Andre Kurniawan (2015), Raharjo (2015), Indah Sari (2020) bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan.

### **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIE Mahaputra Riau**

Berdasarkan pada hasil penelitian pada table 7 harga memberikan kontribusi terhadap keputusan mahasiswa sebesar 0,170 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,040 atau dibawah 0,05, maka berdasarkan hasil nya didapatkan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa, harga sebagai salah satu faktor penentu didalam keputusan, mahal atau tidaknya suatu harga memiliki sifat yang sangat relatif, maka oleh sebab itu terlebih dahulu kita perlu membandingkan harga produk atau jasa yang akan kita beli dengan pesaingnya yang sejenis. Perusahaan juga harus memantau harga yang ditawarkan dengan harga yang ditawarkan kepada pelanggan diharapkan akan dapat menimbulkan adanya suatu keputusan. Sejalan dengan penelitian Kelvin (2016), Setyo (2021), Sri Rahayu (2021) menemukan bahwa biaya mempengaruhi keputusan siswa .

### **Lokasi Berpengaruh Terhadap Minat Mahasiswa Memilih STIE Mahaputra Riau**

Berdasarkan pada hasil penelitian pada table 7 lokasi memberikan kontribusi terhadap minat mahasiswa sebesar 0,328 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau dibawah 0,05, maka berdasarkan hasil nya didapatkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa, hal ini menunjukkan bahwa bahwa tempat atau lokasi akan mempengaruhi minat seseorang dalam melaksanakan suatu minat, hal ini diperkuat dengan pendapat Menhard (2018), Tania dkk (2022) , Rondonuwu (2016) bahwa Lokasi karena lokasi yang strategis dapat menunjang kondisi perusahaan, pada perguruan tinggi lokasi sangat penting salah satu bagian yang penting dalam lokasi yaitu dapat terjangkau oleh masyarakat pada umumnya dan dekat dengan transportasi umum, yang ada di STIE Mahaputra Riau lokasi perguruan tinggi terletak di tengah kota dan sangat mudah di akses hal tersebut dapat memudahkan mahasiswa untuk kuliah di sana.

### **Harga Berpengaruh Terhadap Minat Mahasiswa Memilih STIE Mahaputra Riau**

Berdasarkan pada hasil penelitian pada table 7 harga memberikan kontribusi terhadap minat mahasiswa sebesar 0,508 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau dibawah 0,05, hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa, hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan kepada produk maupun jasa apabila suatu harga berubah-ubah maka dapat berdampak terjadinya ketidakconsistenan harga tersebut maka akan terkait dengan minat seseorang atau keinginan dalam memutuskan sebuah produk atau pun jasa. Sejalan dengan penelitian Ahmad Izzuddin (2022), Latief, A. (2018), Powa. (2018) yang mana harga terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

### **Lokasi Melalui Minat Berpengaruh Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIE Mahaputra Riau**

Berdasarkan hasil penelitian pada table 7 lokasi terhadap keputusan minat melalui minat sebesar 0,091 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,042 atau dibawah 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa, koefisien yang bertanda positif dapat menunjukkan informasi bahwa lokasi meningkat maka keputusan juga akan meningkat juga. Sedangkan lokasi dengan keputusan melalui minat memiliki pengaruh yang tinggi dari hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan mahasiswa untuk kuliah di STIE Mahaputra Riau dalam memilih tersebut menjadi faktor penentu dalam hal lokasi, bahkan minat juga dipandang sebagai penentu dalam memutuskan suatu keputusan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Ahmad Marzuki Rahmatullah (2019), Riyadi Bagus Purnomo (2021), Anggraini Manumpil (2021) bahwa minat dapat memediasi antara lokasi dengan keputusan.

### **Harga Melalui Minat Berpengaruh Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIE Mahaputra Riau**

Berdasarkan hasil penelitian pada table 7 harga terhadap keputusan minat melalui minat sebesar 0,153 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,023 atau dibawah 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa melalui minat, koefisien yang bertanda positif dapat menunjukkan informasi bahwa lokasi meningkat maka keputusan juga akan meningkat juga. Sedangkan harga

dengan keputusan melalui minat memiliki pengaruh yang tinggi dari hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan mahasiswa untuk kuliah di STIE Mahaputra Riau dalam memilih tersebut menjadi faktor penentu dalam hal harga, bahkan minat juga dipandang sebagai penentu dalam memutuskan suatu keputusan. Ahmad Marzuki Rahmatullah (2019), Puspita (2020), Ipan Hilmawan (2019) bahwa minat dapat memediasi antara harga dengan keputusan.

#### **Minat Berpengaruh Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIE Mahaputra Riau**

Berdasarkan hasil penelitian pada table 7, minat terhadap keputusan sebesar 0,857 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, maka dapat dinyatakan bahwa minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih STIE Mahaputra Riau, hal ini menunjukkan bahwa minat merupakan bagian dari sesuatu ketertarikan konsumen akan suatu barang dan dengan minat yang dapat menjadi melakukan transaksi suatu proses dalam hal keputusan, karena adanya minat maka akan memiliki korelasi atau hubungan dengan sebuah keputusan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan Ahmad Dwi Sakti Hidayat dan Shinta Wulandari Lubis (2019), Andi Yuni Yanto (2016), Rivan Kojongian. (2019) bahwa minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan.

#### **PENUTUP**

Berdasarkan pada hasil penelitian maka kesimpulan yang dapat terangkan dalam penelitian ini ialah, semua hipotesis penelitian yang diajukan terbukti memiliki pengaruh yakni, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih STIE Mahaputra Riau, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih STIE Mahaputra Riau. Selanjutnya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam memilih STIE Mahaputra Riau, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam memilih STIE Mahaputra Riau. Kemudian lokasi melalui minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih STIE Mahaputra Riau, dan harga melalui minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih STIE Mahaputra Riau. Terakhir minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih STIE Mahaputra Riau.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Arabiyatul dan Adawiyah, 2016. Implikasi Pendidikan Nonformal Pada Remaja, Volume IV No. 2 November 2016
- [2] Anggraini Manumpil. 2021. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Produk Geprek Benu Manado. Vol. 9 No. 3. ISSN 2303-1174.
- [3] Antari Kadek Ria Mariska, Ketut Dunia, Luh Indrayani, 2014. Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja Pada Mini Market Sastra Mas Tabanan, Volume 4, Nomor 14.
- [4] Assauri Sofjian, 2018. Manajemen Pemasaran. Penerbit PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- [5] Andi Yuni Yanto, 2016. Pengaruh Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Galaxy S Series Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening, [http://library.upnvj.ac.id//index.php?p=show\\_detail&id=18085](http://library.upnvj.ac.id//index.php?p=show_detail&id=18085).
- [6] Endah Puspa Pratiwi, & Budhi Wibhawa, 2015. Pengembangan Pendidikan Non Formal Melalui Program Keaksaraan Fungsional Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat.
- [7] Echan Saban, 2017. Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis. Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.

- [8] Erdawati, 2014. Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIE Pasaman Simpang Empat. *E Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Volume 2, Nomor 3, September.
- [9] Fandy Tjiptono, 2002. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi
- [10] Fahriansyah dan Edward Zubir, 2015. Analisis Pengaruh biaya dan Lokasi Terhadap keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Terbuka (Studi Pada mahasiswa UPBJJ-UT Pontianak). *Jurnal Integra*, Volume 5, Nomor 1, Juli.
- [11] Fahmi Irham, 2016. Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- [12] (<https://www.kompas.com/edu/read/2020/08/11/190000371/7-tips-memilih-perguruan-tinggi-swasta?page=all>)
- [13] Ismanto Juli, 2017. Analisis Pengaruh Persepsi Mahasiswa Pada Unsur-Unsur bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Ipwija Program S2 (Pasca Sarjana). *Jurnal Ilmiah Econosains*, Volume 15, Nomor 1, Maret.
- [14] Indah Sari dan Rahmat Hidayat, 2020. Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Café Bang Faizs. Vol 1, No 2. ISSN 2745-7710.
- [15] Ipan Hilmawan. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening . Vol. 3 No. 3. e-ISSN : 2598-8107 p-ISSN :2620-9500.
- [16] Ahmad Izzuddin. 2022. Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*. Vol 9, No: 1. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.258>.
- [17] Kelvin, 2018. Analisis Pengaruh Promosi, Biaya Studi, Fasilitas Perkuliahan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Kuliah Di Sekolah Tinggi Teknik Surabaya. *Jurnal Manajemen Kinerja*, Volume 4, Nomor 1, Februari.
- [18] Kurniawati Endang dan Moklas, 2018. Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pemilihan Pts Yang Dimediasi Variabel Brand Image (Studi Pada Siswa Sman Di Kota Semarang). *Fokus Ekonomi*, Volum 13, Nomor 2, Desember.
- [19] Kurniawan Andre, 2015. Analisis Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan mahasiswa Memilih Tempat Indekos Dengan Harga Sewa Indekos Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Volume 15, Nomor 2 Juni.
- [20] Lupiyoadi, Rambat. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- Latief, A. 2018. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- [21] Menhard, 2018. Brand Image dan Lokasi Mempengaruhi Minat Mahasiswa Masuk Ke Perguruan Tinggi dan Status Ekonomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau). *Jurnal UII AJIE*, Volume 03, Nomor 2, Mei.
- [22] Malau Harman, 2018. Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- [23] Rambat Lupiyoadi, 2013. Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- [24] Rondonuwu, 20216. Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pasar Swalayan Borobudur Manado), p-ISSN 2655-206X, e-ISSN: 2338-9605.
- [25] Rivan Kojongian. 2019. Analisis Pengaruh Word Of Mouth, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel

- Intervening Pada Smartphone Xiaomi Manado. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen* Vol 7, No 4.
- [26] Riyadi Bagus Purnomo. 2021. Pengaruh Religiusitas, Lokasi Dan Reputasi Terhadap Minat Menabung Dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Semarang). <http://dx.doi.org/10.30651/jms.v6i2.6350>
- [27] Sri Rahayu, 2021. Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-commerce Tokopedia Vol 20, p-ISSN 2086-5090, e-ISSN: 2655-8262 , Vol 4, No 4.
- [28] Sudaryono, 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- [29] Setyo, 2021. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Konsumen Pada Layanan Internet Kartu Prabayar Simpati Pada Mahasiswa Di Jakarta, Vol 1, e-ISSN 2776-1835p -ISSN 2774-9517, hal: 69–76.
- [30] Savia Era, T Makmur, dan Edy Marsudi, 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Rumah Makan Aditya Jaya Di Kabupaten Aceh Besar. *JIM Pertanian Unsyiah – AGB*, Volume 2, Nomor 1, Februari.
- [31] Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Penerbit CV Alfabeta, Bandung.
- [32] Peter J. Paul dan Jerry C Olson, 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Edisi 8, Buku 1. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- [33] Powa. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Pada Mahasiswa Feb Unsrat. Vol.6 No.3. ISSN 2303-1174. Hal. 1188 – 1197
- [34] Puspita. 2020. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.
- [35] Tjiptono Fandy, 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- [37] Tania dkk ,2022. Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen, Vol IX Nomor 1, ISSN: 2088-1894 (Offline) ISSN: 1215-9671 (Online).
- [38] UU No. 20 tahun 2003 pasal 19 ayat 1  
(1) Pendidikan diselenggarakan secara demokratis dan berkeadilan serta tidak diskriminatif dengan menjunjung tinggi hak asasi manusia, nilai keagamaan, nilai kultural, dan kemajemukan bangsa.
- [39] Rahmatullah Ahmad Marzuki, 2019. Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ketahanan Pangan*, Volume 3, Nomor 1.
- [40] Raharjo dkk. 2015. Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di T.B Rajawali Kalicilik, Demak (studi pada Toko Bangunan Rajawali Kalicilik, Demak). Volume 4, Nomor 4. ISSN : 2337-3792, Halaman 1-11.
- [41] Wulandari Putri dan Roni Saputra, 2017. Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta Di Pekanbaru. *Jurnal Sains Sosial dan Humaniora*, Volume 1, Nomor 2, September.
- [42] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen (Global Edition)* Edisi 15e. England: Pearson.