

Pengaruh Citra Perguruan Tinggi, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Swasta

Sinta Apriyani¹, Najwa Khoerunisa², Reminta Lumban Batu³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen , Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unibversitas Singaperbangsa Karawang

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi sejauh mana pengaruh citra perguruan tinggi, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta, baik secara individual maupun bersama-sama. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan tinggi serta preferensi calon mahasiswa yang semakin beragam dalam memilih institusi pendidikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh instrumen yang digunakan terbukti sahih dan konsisten. Analisis regresi mengungkapkan bahwa secara parsial dan simultan, variabel citra perguruan tinggi, fasilitas, dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih perguruan tinggi swasta, dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 72,1%. Angka ini mencerminkan bahwa ketiga variabel tersebut memberikan kontribusi besar terhadap pengambilan keputusan mahasiswa. Temuan ini memberikan dampak strategis bagi pengelola perguruan tinggi swasta dalam menyusun strategi pemasaran dan peningkatan kualitas layanan yang berorientasi pada persepsi calon mahasiswa.

Kata Kunci: *Citra Perguruan Tinggi; Lokasi ; Fasilitas ; Keputusan memilih Perguruan Tinggi Swasta*

Abstract

This study aims to analyze the influence of institutional image, location, and facilities on students' decision to choose private universities, both partially and simultaneously. The research is based on the growing awareness of the importance of higher education and the increasingly complex preferences of prospective students. A quantitative approach was used by distributing questionnaires to respondents. The validity and reliability tests indicated that all research instruments were valid and reliable. Regression analysis results show that both partially and simultaneously, institutional image, facilities, and location significantly influence the decision to choose a private university, with a coefficient of determination (R^2) of 72.1%. This indicates that the three variables significantly contribute to students' decisions. The study provides strategic implications for private university administrators in designing marketing strategies and service improvements based on consumer perceptions.

Keywords: *Institutional Image; Location; Facilities; and Private University Choice Decision.*

Copyright (c) 2025 Sinta Apriyani

✉ Corresponding author : Sinta Apriyani

Email Address : 2210631020256@student.unsika.ac.id (JL. HS. ronggowaluyo, Puseurjaya, Telukjambe timur Karawang, 41361)

PENDAHULUAN

Pendidikan tinggi memiliki peran strategis dalam membentuk sumber daya manusia yang unggul, kompetitif, dan adaptif terhadap dinamika global. Perguruan tinggi tidak hanya menjadi tempat untuk mentransfer ilmu pengetahuan, tetapi juga mengembangkan kemampuan berpikir kritis, inovatif, serta membangun karakter dan etika profesional yang dibutuhkan di dunia kerja (Masnawati & Darmawan, 2023). Di Indonesia, perguruan tinggi swasta (PTS) berperan sebagai penyeimbang akses pendidikan tinggi yang tidak seluruhnya dapat dijangkau oleh perguruan tinggi negeri. Keberadaan PTS sangat signifikan terutama di daerah dengan perkembangan ekonomi dan industri yang pesat, seperti kawasan urban dan pusat industri nasional. PTS berkontribusi memperluas jangkauan pendidikan bagi masyarakat yang ingin melanjutkan studi ke jenjang yang lebih tinggi (Alfarizi, Alie, & Yustini, 2023).

Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan sebagai sarana mobilitas sosial dan kemajuan ekonomi, terjadi pergeseran signifikan dalam pola pengambilan keputusan calon mahasiswa. Dahulu, biaya menjadi pertimbangan utama, namun kini calon mahasiswa cenderung mempertimbangkan secara holistik berbagai aspek seperti kualitas akademik, akreditasi program studi, reputasi institusi, serta fasilitas penunjang yang dimiliki (Ersalena & Rivai, 2022). Lokasi perguruan tinggi juga menjadi variabel penting dalam pengambilan keputusan. Kampus yang berada di lokasi strategis, mudah dijangkau dengan transportasi umum, serta aman secara sosial dan lingkungan memiliki peluang lebih besar untuk menarik minat mahasiswa, terutama dari luar daerah. Bahkan, kampus yang berlokasi di sekitar kawasan industri dinilai memiliki keunggulan kolaboratif dalam hal magang, penyerapan alumni, serta kurikulum berbasis kebutuhan industri (Wahyuni et al., 2024).

Faktor-faktor pendukung seperti fasilitas kampus modern (laboratorium, ruang kelas digital, koneksi internet, perpustakaan online), ruang diskusi, sarana olahraga, dan unit kegiatan mahasiswa juga turut memengaruhi keputusan calon mahasiswa. Semakin lengkap dan modern fasilitas yang ditawarkan, semakin besar daya tarik perguruan tinggi tersebut di mata calon mahasiswa (Ayu & Handayani, 2022). Citra institusi merupakan salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan memilih perguruan tinggi. Citra yang positif dapat memperkuat kepercayaan publik, meningkatkan daya tarik, dan menjadi nilai tambah dibanding pesaing. Citra ini dibangun melalui prestasi akademik, keterlibatan sosial, akreditasi, dan eksistensi institusi di media digital (Nugroho & Anwar, 2023).

Namun demikian, masih sedikit penelitian yang mengkaji secara empiris pengaruh simultan antara citra institusi, fasilitas, dan lokasi terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta. Maka dari itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kekosongan literatur serta menjadi acuan strategis bagi pengelola PTS dalam mengembangkan pendekatan pemasaran pendidikan tinggi yang berbasis kebutuhan dan perilaku konsumen (Masnawati & Darmawan, 2023).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh citra institusi, lokasi, dan fasilitas baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta. Penelitian ini diharapkan

memberikan kontribusi teoritis terhadap kajian perilaku konsumen pendidikan tinggi dan juga kontribusi praktis bagi institusi pendidikan dalam pengambilan kebijakan manajerial.

Citra Perguruan Tinggi

Citra perguruan tinggi adalah pandangan, impresi, perasaan, dan konsepsi mahasiswa mengenai kegiatan operasional pendidikan meliputi input, proses, dan output yang langsung dirasakan sebagai penerima jasa pendidikan (Kurniatun, 2024). Citra yang baik akan membangun kepercayaan, dan kepercayaan inilah yang mendorong mahasiswa merasa puas dengan pengalaman akademik mereka serta setia terhadap universitas. Dengan demikian, institusi pendidikan tinggi perlu tidak hanya membangun citra yang baik melalui kualitas akademik dan layanan, tetapi juga menciptakan lingkungan yang dapat menumbuhkan kepercayaan jangka panjang dari para mahasiswanya (Gutiérrez et al., 2022). Menurut Susanto dan Kurniawan (2022), citra institusi terdiri atas citra fungsional (berdasarkan pengalaman langsung), citra simbolik (berdasarkan persepsi terhadap simbol, logo, dan status), serta citra eksperimental (berdasarkan testimoni dan reputasi dari pihak luar). Semakin kuat dan positif citra institusi, semakin besar pula pengaruhnya terhadap keputusan mahasiswa untuk memilih institusi tersebut.

Dalam konteks persaingan antar universitas swasta, citra institusi yang unggul dapat menjadi diferensiasi utama. Hal ini terutama berlaku di wilayah yang memiliki banyak pilihan perguruan tinggi seperti Karawang. Strategi pemasaran institusi, pemberitaan media, serta testimoni dari alumni menjadi kanal utama pembentukan citra yang efektif (Rahmawati & Widodo, 2023). Dalam konteks persaingan global yang semakin ketat di sektor pendidikan tinggi, citra dan reputasi universitas kini menjadi elemen strategis yang sangat penting dalam menarik mahasiswa, staf pengajar berkualitas, serta sumber daya lainnya. Fenomena ini dipicu oleh globalisasi, meningkatnya mobilitas internasional mahasiswa, serta berkurangnya pendanaan publik untuk institusi pendidikan tinggi (Lafuente et al., 2018).

Lebih jauh, citra institusi juga dapat mempengaruhi persepsi nilai (perceived value). Mahasiswa cenderung menganggap biaya kuliah sebagai investasi yang sebanding jika institusi memiliki reputasi tinggi, peluang kerja lulusan yang baik, serta jaringan alumni yang kuat.

Lokasi Perguruan Tinggi

Lokasi perguruan tinggi merujuk pada letak geografis kampus yang mencakup kemudahan aksesibilitas, keamanan lingkungan, ketersediaan transportasi, dan kedekatan dengan fasilitas pendukung (perumahan mahasiswa, pusat ekonomi, dan kawasan industri), yang secara signifikan mempengaruhi keputusan calon mahasiswa. (Munir et al., 2022)

Dalam studi oleh Wahyuni et al. (2024), ditemukan bahwa lebih dari 60% mahasiswa memilih kampus berdasarkan faktor lokasi yang dekat dengan tempat tinggal atau mudah dijangkau dari kota asal. Hal ini juga berkaitan erat dengan efisiensi biaya hidup, keamanan lingkungan, dan fleksibilitas mobilitas. Kampus yang berada di

dekat kawasan industri seperti Karawang memiliki keunggulan tambahan, yaitu peluang kemitraan dengan dunia usaha. Hal ini memberikan nilai praktis berupa akses magang, kerja sama penelitian, serta penyerapan lulusan oleh industri. Kondisi ini memperkuat nilai institusi sebagai penyedia pendidikan yang tidak hanya akademik, tetapi juga aplikatif (Wulandari & Saputra, 2023).

Faktor lingkungan sekitar juga mempengaruhi keputusan mahasiswa, seperti kondisi lalu lintas, kualitas udara, dan integrasi kampus dengan komunitas lokal. Kampus yang ramah lingkungan dan terhubung dengan ekosistem masyarakat akan memberikan daya tarik tersendiri.

Fasilitas Pendidikan

Menurut Faujan, Riyanto & Alamsyah (2023), Fasilitas kampus meningkatkan motivasi belajar mahasiswa, mencakup fasilitas akademik seperti ruang kelas dan laboratorium, serta fasilitas pendukung seperti area parkir dan ruang layanan sosial. Fasilitas sebagai elemen fundamental yang mendukung kualitas pembelajaran dan perkembangan holistik peserta didik. Infrastruktur yang dimaksud mencakup ruang kelas, perpustakaan, laboratorium, fasilitas komputer, toilet, air minum bersih, ruang staf, dan area bermain (Desfiandi et al., 2023). Sejalan dengan Yusnaini & Suharmono, (2021) Pembaruan ruang pembelajaran harus selaras dengan perkembangan pedagogi, kebutuhan mahasiswa yang beragam, dan kemajuan teknologi untuk menciptakan sistem pendidikan tinggi yang inklusif, fleksibel, dan berkelanjutan.

Studi oleh Priyanto & Amelia (2023) menegaskan bahwa kenyamanan dan kelengkapan fasilitas berbanding lurus dengan tingkat kepuasan mahasiswa. Universitas dengan fasilitas modern tidak hanya meningkatkan motivasi belajar, tetapi juga menjadi indikator keseriusan institusi dalam menjamin kualitas layanan pendidikan. Dalam era digitalisasi pendidikan, transformasi fasilitas fisik menjadi fasilitas hybrid (online dan offline) menjadi kebutuhan penting. Platform pembelajaran digital, akses jurnal ilmiah internasional, serta ruang kolaboratif virtual menjadi hal yang sangat diperhatikan mahasiswa generasi milenial dan Gen Z (Yusuf & Hanif, 2022).

Selain itu, fasilitas kampus juga berperan penting dalam mendukung kegiatan non-akademik seperti organisasi kemahasiswaan, kegiatan seni, olahraga, dan inkubasi bisnis. Hal ini selaras dengan konsep pendidikan holistik, dimana kampus berfungsi sebagai ruang tumbuhnya kreativitas, kolaborasi, dan kepemimpinan.

Keputusan Memilih Perguruan Tinggi

Keputusan memilih universitas merupakan proses multidimensional yang dipengaruhi oleh banyak faktor, baik internal (minat, nilai, motivasi pribadi) maupun eksternal (informasi, rekomendasi, promosi, dan kondisi sosial). Menurut Santoso & Yuliana (2023), keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi adalah proses perilaku konsumen yang mengikuti tahapan: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan, dan evaluasi pasca-keputusan.

Keputusan memilih perguruan tinggi merupakan proses kompleks yang melibatkan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan

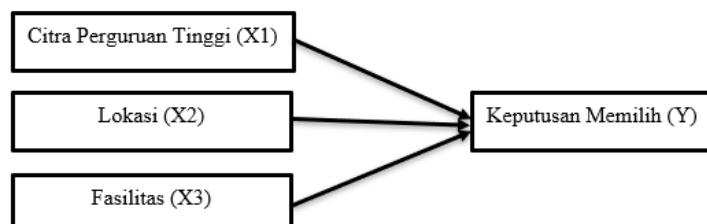
keputusan, dan evaluasi pasca-keputusan, dipengaruhi oleh faktor individu (minat, nilai), eksternal (informasi, promosi, rekomendasi), serta kondisi sosial dan ekonomi.(Pramudiyanto, Kurniawan, &Jamal, 2024). Kinerja riset yang unggul, kolaborasi internasional, serta produktivitas ilmiah yang tinggi turut membentuk citra akademik yang kuat, yang pada gilirannya meningkatkan daya tarik universitas di mata calon mahasiswa (Fakhrudin et al., 2024). Selain itu, atribut seperti lingkungan belajar yang mendukung, keberagaman internasional, akreditasi program studi, dan keterlibatan dosen yang memiliki reputasi baik juga menjadi aspek penting dalam membangun citra yang positif.

Penelitian oleh Nugroho & Anwar (2023) juga menunjukkan bahwa mahasiswa lebih cenderung memilih universitas yang memberikan jaminan kualitas, prospek kerja, dan pengalaman belajar yang baik. Oleh karena itu, universitas harus mampu membangun positioning yang kuat, menyampaikan proposisi nilai yang jelas, dan menjaga kualitas layanan untuk mempertahankan kepercayaan publik. Upaya peningkatan citra institusi harus menjadi perhatian utama dalam strategi pemasaran pendidikan tinggi. Universitas perlu memperkuat komunikasi citra melalui media sosial, layanan publik yang profesional, serta menjaga mutu layanan akademik agar terus relevan dengan harapan dan kebutuhan masyarakat (Papaioannou et al., 2023). Dengan demikian, citra perguruan tinggi bukan hanya sekadar simbol reputasi, tetapi menjadi faktor strategis dalam membentuk preferensi dan keputusan mahasiswa baru dalam menentukan masa depan pendidikannya.

Di tengah meningkatnya persaingan antar institusi pendidikan tinggi, khususnya di sektor swasta, citra merek universitas menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi persepsi calon mahasiswa dan loyalitas mereka setelah bergabung. universitas swasta harus secara aktif membangun dan menjaga citra merek yang kuat dan positif. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas pelayanan akademik dan non-akademik, promosi yang tepat sasaran, serta membangun hubungan jangka panjang dengan mahasiswa sebagai bagian dari strategi keberlanjutan institusi (Falahat et al., 2019).

METODOLOGI

Tujuan penelitian adalah mengeksplorasi bagaimana citra perguruan tinggi, lokasi, fasilitas, keputusan memilih perguruan tinggi swasta, serta juga memberikan wawasan yang mendalam dan relevan bagi pengembangan strategi perekrutan mahasiswa yang efektif. Tujuan dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam model penelitian berikut:



Gambar 1 : Model Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori, yang bertujuan untuk menguraikan hubungan kausal antara variabel-variabel yang diteliti. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis pengaruh citra perguruan tinggi, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta. Populasi dalam penelitian ini mencakup mahasiswa yang telah menentukan untuk menempuh pendidikan di perguruan tinggi swasta. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti mahasiswa aktif tahun pertama atau mahasiswa baru. Total responden yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah 260 orang guna memastikan hasil yang representatif dan dapat dianalisis secara statistik.

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner tertutup yang menggunakan skala Likert 1 sampai 5, mulai dari pernyataan sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Sebelum digunakan, instrumen kuesioner diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan bahwa alat tersebut dapat mengukur secara akurat dan konsisten. Teknik analisis data yang diterapkan mencakup uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas dan multikolinearitas), serta analisis regresi linier berganda guna mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan maupun parsial. Selain itu, dilakukan uji t untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial, uji F untuk menganalisis pengaruh secara simultan, serta uji koefisien determinasi (R^2) guna mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Seluruh proses analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25.

KONSEP VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR
Citra Perguruan Tinggi (Qomariah, N. 2012)	Reputasi Institusi	Dikenal luas di masyarakat
	Kualitas Lulusan	Lulusan memiliki kompetensi yang baik
	Pelayanan Akademik	Pelayanan akademik yang memuaskan
	Kompetensi Dosen	Dosen memiliki kemampuan mengajar yang baik
Lokasi Perguruan Tinggi (Tjipto. 2015)	Akses	Kemudahan akses transportasi umum
	Visibilitas	kemudahan menemukan

		lokasi
	Fasilitas parkir	Fasilitas parkir luas dan aman
	Lingkungan	Kenyamanan lingkungan sekitar kampus
Fasilitas Pendidikan (Alfarizi et al., 2023; Riski, 2017)	Fasilitas belajar (kelas, laboratorium)	Kenyamanan Ruang Kelas
	Fasilitas pendukung	Ketersediaan sarana teknologi
Keputusan Memilih Perguruan Tinggi (Masnawati & Darmawan, 2023)	Minat pribadi	kesesuaian dengan tujuan dan minat
	Reputasi dan Akreditasi	Citra kampus dan status akreditasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perguruan Tinggi

Pernyataan 1	0,669	Valid	Pernyataan 5	0,638	Valid
Pernyataan 2	0,665	Valid	Pernyataan 6	0,673	Valid
Pernyataan 3	0,653	Valid	Pernyataan 7	0,586	Valid
Pernyataan 4	0,648	Valid	Pernyataan 8	0,608	Valid

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui bahwa uji validitas yang dilakukan pada variabel citra perguruan tinggi yang menjadi variabel X1 penelitian ini dapat dikatakan valid, karena hasil r hitung lebih dari nilai pada r tabel. Dapat disimpulkan bahwa 8 butir pertanyaan kuesioner variabel X1 valid.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

Pernyataan 1	0,660	Valid	Pernyataan 5	0,621	Valid
Pernyataan 2	0,666	Valid	Pernyataan 6	0,689	Valid
Pernyataan 3	0,615	Valid	Pernyataan 7	0,586	Valid
Pernyataan 4	0,595	Valid	Pernyataan 8	0,682	Valid

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui bahwa uji validitas yang dilakukan pada variabel lokasi yang menjadi variabel X2 penelitian ini dapat dikatakan valid, karena hasil r hitung lebih dari nilai pada r tabel. Dapat disimpulkan bahwa 8 butir pertanyaan kuesioner variabel X2 valid.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas

Pernyataan 1	0,648	Valid	Pernyataan 6	0,574	Valid
Pernyataan 2	0,639	Valid	Pernyataan 7	0,539	Valid
Pernyataan 3	0,673	Valid	Pernyataan 8	0,627	Valid
Pernyataan 4	0,615	Valid	Pernyataan 9	0,683	Valid
Pernyataan 5	0,689	Valid	Pernyataan 10	0,653	Valid

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui bahwa uji validitas yang dilakukan pada variabel fasilitas yang menjadi variabel X3 penelitian ini dapat dikatakan valid, karena hasil r hitung lebih dari nilai pada r tabel. Dapat disimpulkan bahwa 10 butir pertanyaan kuesioner variabel X3 valid.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Swasta

Pernyataan 1	0,589	Valid	Pernyataan 14	0,649	Valid
Pernyataan 2	0,598	Valid	Pernyataan 15	0,707	Valid
Pernyataan 3	0,617	Valid	Pernyataan 16	0,684	Valid
Pernyataan 4	0,689	Valid	Pernyataan 17	0,682	Valid
Pernyataan 5	0,680	Valid	Pernyataan 18	0,649	Valid

Pernyataan 6	0,665	Valid	Pernyataan 19	0,633	Valid
Pernyataan 7	0,622	Valid	Pernyataan 20	0,620	Valid
Pernyataan 8	0,560	Valid	Pernyataan 21	0,603	Valid
Pernyataan 9	0,656	Valid	Pernyataan 22	0,630	Valid
Pernyataan 10	0,658	Valid	Pernyataan 23	0,591	Valid
Pernyataan 11	0,615	Valid	Pernyataan 24	0,665	Valid
Pernyataan 12	0,659	Valid	Pertanyaan 25	0,613	Valid
Pernyataan 13	0,629	Valid	Pertanyaan 26	0,613	Valid

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui bahwa uji validitas yang dilakukan pada variabel keputusan memilih perguruan tinggi swasta yang menjadi variabel Y penelitian ini dapat dikatakan valid, karena hasil r hitung lebih dari nilai pada r tabel. Dapat disimpulkan bahwa 26 butir pertanyaan kuesioner variabel Y valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 5 Uji Reliabilitas X1

Reliability	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,797	8

Hasil dari uji reliabilitas variabel citra perguruan tinggi diatas menunjukkan nilai yang dihasilkan sebesar 0.797 atau dapat dikatakan nilai uji reliabilitas $> 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

Tabel 6 Uji Reliabilitas X2

Reliability	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,793	8

Hasil dari uji reliabilitas variabel lokasi diatas menunjukkan nilai yang dihasilkan sebesar 0.793 atau dapat dikatakan nilai uji reliabilitas $> 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

Tabel 7 Uji Reliabilitas X3

Reliability	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,833	10

Hasil dari uji reliabilitas variabel fasilitas diatas menunjukkan nilai yang dihasilkan sebesar 0.833 atau dapat dikatakan nilai uji reliabilitas $> 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

Tabel 8 Uji Reliabilitas Y

Reliability	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,942	26

Hasil dari uji reliabilitas variabel keputusan memilih perguruan tinggi swasta diatas menunjukkan nilai yang dihasilkan sebesar 0.942 atau dapat dikatakan nilai uji reliabilitas $> 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik
 - a. Normalitas

Tabel 9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual					
N			262		
Normal			0,0000000		
Parameters^{a,b}			7,09390976		
Most Extreme			0,122		
Differences			0,122		
Absolute			-0,117		
Positive					
Negative					
Test Statistic			0,122		
Asymp. Sig. (2-tailed)^c			0,000		
Monte Carlo Sig. (2-tailed)^d			0,000		
99%	Lower Bound		0,000		
	Confidence				
	Interval		0,000		
Upper Bound					
a. Test distribution is Normal.					
b. Calculated from data.					
c. Lilliefors Significance Correction.					
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.					

Berdasarkan Gambar 1 diatas, hasil uji normalitas yang dilakukan terhadap variabel citra perguruan tinggi (X1), variabel lokasi (X2), variabel fasilitas (X3) dan variabel keputusan memilih perguruan tinggi swasta (Y), diperoleh nilai Asymp. Sig (2-tailed) adalah 0,001 nilai tersebut < dari 0,05, maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi secara tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 10 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	11,484	3,861		2,974	0,003		
	Citra Perguruan Tinggi	1,454	0,199	0,451	7,322	0,000	0,285	3,508
	Lokasi	0,707	0,167	0,219	4,228	0,000	0,403	2,483
	Fasilitas	0,619	0,156	0,246	3,967	0,000	0,282	3,549
a. Dependent Variable: Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Swasta								

Gambar di atas menunjukkan nilai VIF untuk variabel citra perguruan tinggi, lokasi dan fasilitas berada pada nilai $< 0,10$, sedangkan nilai tolerance-nya berada pada nilai $> 0,1$. Maka berdasarkan analisis tersebut dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas pada kedua variabel bebas tersebut. Berdasarkan syarat asumsi klasik regresi linier, maka model regresi linier yang baik adalah yang terbebas dari adanya multikolinieritas. Dengan demikian, model di atas telah terbebas dari adanya multikolinieritas.

c. Uji Korelasi

Uji korelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antar variabel, uji korelasi berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) secara simultan (bersama-sama) berikut hasil uji korelasi secara simultan :

Tabel 11 Hasil Uji Korelasi Simultan

Mode	Model Summary					Change Statistics				
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.849	0,721	0,717	7,135	0,721	221,835	3	25	0,000	

a

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi, Citra Perguruan Tinggi

Berdasarkan Gambar diatas nilai Sig. F Change sebesar $0,001 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa variabel citra perguruan tinggi, lokasi, dan fasilitas mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel keputusan memilih perguruan tinggi swasta.

4. Uji Hipotesis

a. Uji-T (Parsial)

Uji-t adalah metode pengujian hipotesis yang digunakan untuk menentukan apakah variabel setiap variabel (X) memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan memilih perguruan tinggi swasta. Oleh karena variabel (X) lebih dari 1 maka uji-t dilakukan dengan beberapa kali. Pada Langkah-langkah dalam pelaksanaan uji-t dijelaskan sebagai berikut

Kriteria Pengujian

- Jika Nilai Sig $> 0,05$ yang artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y
- Jika Nilai Sig $< 0,05$ yang artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y

Tabel 12 Hasil Uji-T Variabel Citra Perguruan Tinggi dan Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Swasta

Model	Coefficients^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	B	Std. Error	
1	(Constant)	22,123	3,870	5,717	0,000
	Citra Perguruan Tinggi	2,627	0,116	0,815	22,714
a. Dependent Variable: Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Swasta					

Berdasarkan gambar diatas dengan demikian telah diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel citra perguruan tinggi berpengaruh terhadap variabel keputusan memilih perguruan tinggi swasta.

Tabel 13 Hasil Uji-T Variabel Lokasi dan Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Swasta

Model	Coefficients^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	B	Std. Error	
1	(Constant)	29,934	4,599	6,509	0,000
	Lokasi	2,364	0,136	0,733	17,398
a. Dependent Variable: Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Swasta					

Berdasarkan gambar diatas dengan demikian telah diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel lokasi berpengaruh terhadap variabel keputusan memilih perguruan tinggi swasta.

Tabel 14 Hasil Uji-T Variabel Fasilitas dan Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Swasta

Model	Coefficients^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	B	Std. Error	
1	(Constant)	27,319	4,111	6,645	0,000
	Fasilitas	1,962	0,098	0,780	20,110
a. Dependent Variable: Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Swasta					

Berdasarkan gambar diatas dengan demikian telah diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel fasilitas berpengaruh terhadap variabel keputusan memilih perguruan tinggi swasta.

b. Uji-F (Simultan)

Tabel 15 Hasil Uji-F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	33879,995	3	11293,332	221,835	<.001 ^b
Residual	13134,448	258	50,909		
Total	47014,443	261			

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Swasta
b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi, Citra Perguruan Tinggi

Tabel output SPSS di atas menunjukkan nilai F 221,835 > nilai f tabel 3,8771962 dan signifikansi $0,001 < 0,05$ dapat disimpulkan bersama bahwa variabel citra perguruan tinggi, lokasi dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih perguruan tinggi swasta.

c. Uji R2 (Koefisien Determinasi)

Tabel 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.849 ^a	0,721	0,717	7,135	

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi, Citra Perguruan Tinggi
b. Dependent Variable: Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Swasta

Jika dilihat dari nilai R-Square yang besarnya 0,721 menunjukkan bahwa proporsi pengaruh variabel citra perguruan tinggi, lokasi dan fasilitas terhadap variabel keputusan memilih perguruan tinggi swasta sebesar 72,1%. Artinya, citra perguruan tinggi, lokasi dan fasilitas memiliki proporsi pengaruh terhadap keputusan memilih perguruan tinggi swasta sebesar 72,1% sedangkan sisanya, yaitu (100% - 72,1% = 27,9%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada di dalam model regresi linier ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa citra perguruan tinggi, lokasi, dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih perguruan tinggi swasta, baik secara parsial maupun simultan. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen, yaitu citra perguruan tinggi, lokasi, dan fasilitas, memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ yang berarti berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji simultan juga menunjukkan signifikansi sebesar 0,001 dan nilai F sebesar 221,835, lebih besar dari F tabel 3,8771962, yang mengindikasikan pengaruh yang signifikan secara bersama-sama.

Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,721 mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan 72,1% variasi keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model ini. Temuan ini menguatkan bahwa dalam strategi pemasaran dan pengembangan institusi pendidikan tinggi swasta, aspek citra, lokasi, dan fasilitas merupakan komponen utama yang harus diperhatikan secara holistik dan terintegrasi. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen perguruan tinggi swasta untuk terus meningkatkan kualitas fasilitas kampus, memperkuat citra institusi melalui promosi dan prestasi, serta mempertimbangkan lokasi strategis yang mendukung kenyamanan dan aksesibilitas mahasiswa.

Referensi :

- Alfarizi, A., Alie, J., &Yustini, T. (2023). *Pengaruh Brand Image, Lokasi Kampus dan Dukungan Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Kota Palembang*. Jumbiwira:Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan, 3(1), 20–30.
- Ayu, A. D., &Handayani, S. R. (2022). *Pengaruh Fasilitas Kampus terhadap Minat Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta*. Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, 5(2), 142–151.
- Ersalena, H., &Rivai, A. R. (2022). *Pengaruh Citra Perguruan Tinggi, Lokasi, Kelompok Referensi dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Baru Memilih Berkuliah di Universitas Stikubank*. Management Studies and Entrepreneurship Journal, 3(3), 187–198.
- Masnawati, E., &Darmawan, D. (2023). *Pengaruh Lokasi, Akreditasi dan Biaya Kuliah terhadap Niat Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya*. Journal On Education, 6(1), 1326–1336.
- Nugroho, A. &Anwar, M. (2023). *Citra Institusi Perguruan Tinggi dalam Era Digital dan Pengaruhnya terhadap Minat Mahasiswa Baru*. Jurnal Komunikasi dan Pemasaran Pendidikan, 4(1), 55–63.
- Wahyuni, S., Mulyono, T., &Rachmawati, A. (2024). *Potensi Kolaborasi Antara Kampus dan Kawasan Industri: Studi di Wilayah Karawang*. Jurnal Pendidikan dan Kerjasama Industri, 2(1), 11–22.
- Kurniatun, T. C. (2024). *Optimalisasi citra perguruan tinggi swasta melalui penguatan interelasi pemasaran jasa satuan pendidikan*. Jurnal Administrasi Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Nugroho, A. R., &Anwar, K. (2023). *Analisis Citra Institusi dan Loyalitas Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Indonesia*. Jurnal Manajemen Strategis, 15(2), 101–113.
- Putra, R. A., Suryani, N., &Fauzan, R. (2023). *Pengaruh Fasilitas Pendidikan terhadap Kepuasan Mahasiswa di Perguruan Tinggi Swasta*. Jurnal Pendidikan dan Pengajaran, 10(2), 145–157.
- Rahayu, D., &Siregar, H. (2022). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta oleh Mahasiswa Baru di Wilayah Sub-Urban*. Jurnal Manajemen Pendidikan, 14(1), 33–42.
- Safitri, R., &Nugroho, D. (2022). *Citra Institusi dan Loyalitas Mahasiswa: Studi pada Universitas Swasta di Jawa Barat*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 11(3), 201–210.
- Wahyuni, L., Widodo, D. S., &Hasanah, N. (2024). *Kesesuaian Lokasi dan Kebutuhan Industri dalam Pengembangan Perguruan Tinggi Swasta di Wilayah Industri Karawang*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan, 12(1), 55–68.
- Yusuf, A., &Hanif, M. (2022). *Transformasi Digital dalam Fasilitas Pendidikan Tinggi*. Jurnal Teknologi Pendidikan, 7(2), 112–120.
- Munir, M., LLC, &Human, D. (2022). *Pengaruh Lokasi, Akreditasi, dan Biaya Kuliah terhadap Niat Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya*. Diakses dari ResearchGate
- Priyanto, S., &Amelia, T. (2023). *Korelasi Fasilitas Kampus dan Kepuasan Mahasiswa: Studi Empiris di LLDikti Wilayah IV*. Jurnal Pendidikan Tinggi, 8(1), 78–89.

- Wulandari, E., & Saputra, F. (2023). *Kemitraan Perguruan Tinggi dan Dunia Usaha: Peluang Baru bagi Lulusan Universitas Swasta*. *Jurnal Ekonomi Terapan*, 5(2), 91–102.
- Santoso, F. T., & Yuliana, R. (2023). *Perilaku Konsumen dalam Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta: Studi Empiris di Jawa Barat*. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Konseling*, 9(1), 66–74.
- Pramudiyanto, A., Kurniawan, R., & Jamal, A. (2024). *Pengambilan Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Kota Surabaya*. *Indonesian Journal of Public Administration Review*, 1(3), 10–25.
- Rahmawati, L., & Widodo, A. (2023). *Peran Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Membangun Citra Institusi*. *Jurnal Komunikasi dan Manajemen Pendidikan*, 12(1), 45–58.
- Faujan, S., Riyanto, T., & Alamsyah, A. (2023). *Pengaruh Fasilitas Kampus, Kualitas Pengelolaan Parkir dan Dukungan Sosial terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Universitas Pamulang*. *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 3(02), 160–174.
- Desfiandi, A., Rachman, R., & Budiastuti, D. (2023). Pengaruh citra perguruan tinggi terhadap keputusan mahasiswa memilih universitas di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 25(1), 19–29.
- Fakhrudin, A., Fatmawati, I., & Qamaria, I. N. (2024). The influence of university image on students' enrollment decision: A literature review. *Multidisciplinary Reviews*, 7(1).
- Falahat, M., Ramayah, T., Acosta, S., & Lee, Y. Y. (2019). The influence of brand image on the selection and recommendation of higher education institutions: A study among international students in Malaysia. *Journal of Strategic Marketing*, 27(8), 682–699.
- Gutiérrez, V., Alcaide, P., & Carbonero, R. M. (2022). Measuring a university's image: Is reputation an influential factor. *Education Sciences*, 12(1), 19.
- Lafuente, R. S., Zorrilla, P., & Forcada, J. (2018). A review of higher education image and reputation literature: Knowledge gaps and a research agenda. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), 8–16.
- Papaioannou, D., Antoniadou, M., Drosos, D., & Grigoriadou, M. (2023). Learning spaces in higher education: A state-of-the-art review. *Education Sciences*, 13(4), 351.
- Yusnaini, N., & Suharmono. (2021). Pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan memilih perguruan tinggi swasta di Kota Semarang. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 21(2), 112–120.