



## **Analisis Keputusan Peserta Didik Memilih Pendidikan Vokasi Di Lp3i Ngawi**

**Siswanto<sup>1</sup>, Supawi Pawenang<sup>2</sup>, Ida Aryati Dyah Purnomo Wulan<sup>3</sup>**

Program Studi Manajemen Pemasaran

Universitas Islam Batik Surakarta

siswantosebwi@gmail.com

### **Abstrak**

Persaingan untuk mendapatkan pekerjaan di era modern ini semakin terbuka yang membuat pribadi dengan skill yang tidak cukup untuk bekerja akan menjadi pengangguran. Pendidikan vokasi disusun untuk mempersiapkan peserta didik dengan skill yang diperlukan untuk memenuhi tuntutan dunia kerja. Untuk menarik minat calon peserta didik, bagian pemasaran mempunyai beberapa modal seperti program keahlian (X1) yang dibutuhkan oleh industri, prospek lulusan (X2), accessibility (X3) untuk menuju lokasi, harga dan cara pembayaran (X4), dan fasilitas (X5) yang mendukung penyelenggaraan pendidikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel – variabel tersebut pada keputusan peserta didik dalam memilih LP3I Ngawi (Y). Desain penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Subyek dari penelitian ini adalah peserta didik LP3I Ngawi yang berjumlah 138. Instrumen pengambilan data yang digunakan adalah wawancara dan questionnaire. Dan dianalisa secara regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prospek lulusan berpengaruh paling signifikan pada keputusan peserta didik memilih LP3I Ngawi (Y). Diikuti oleh program keahlian yang mempunyai signifikansi berpengaruh kedua. Kemudian diikuti harga atau biaya pendidikan, fasilitas dan accessibility mempunyai pengaruh yang tidak begitu signifikan akan tetapi tetap menjadi perhatian peserta didik.

**Kata Kunci:** Keputusan, Pendidikan Vokasi, LP3I Ngawi

### **Abstract**

*Competition to get a job in this modern era is increasingly open, which makes individuals with insufficient skills to work will become unemployed. Vocational education is structured to prepare students with the skills needed to meet the demands of the world of work. To*

*attract prospective students, the marketing department has several assets such as expertise programs (X1) needed by the industry, prospects for graduates (X2), accessibility (X3) to get to the location, price and method of payment (X4), and facilities (X5) that support the provision of education. The purpose of this study was to determine the effect of these variables on students' decisions in choosing LP3I Ngawi (Y). The design of this study was descriptive qualitative. The subjects of this study were 138 LP3I Ngawi students. The data collection instruments used were interviews and questionnaires. And analyzed by regression. The results showed that the prospect of graduates had the most significant effect on students' decisions to choose LP3I Ngawi (Y). Followed by a expertise program which has a second influential significance. Then followed by the price or cost of education, facility and accessibility have a not so significant effect but are still the attention of students.*

**Keywords:** *Decision, Vocational Education, LP3I Ngawi*

## **A. PENDAHULUAN**

LP3I merupakan lembaga pendidikan vokasi dengan ilmu terapan selama 2 tahun sehingga LP3I menjadi salah satu pilihan bagi siswa yang baru saja lulus SMA sederajat. Siswa dapat memilih untuk meneruskan di LP3I jika ingin bekerja dengan cepat karena program pendidikan di LP3I didesain khusus untuk membantu peserta didik siap kerja setelah menempuh pendidikan selama 2 tahun. Pilihan yang lain dari LP3I adalah Politeknik LP3I yaitu perguruan tinggi pendidikan vokasi dengan jenjang pendidikan D3 atau D4 (S1 terapan).

Dalam proses belajar mengajar peserta didik mendapatkan keterampilan yang dibutuhkan di dunia kerja sesuai dengan program keahlian yang mereka ambil. Sangat penting bagi manajemen LP3I Ngawi untuk meningkatkan *self – awareness* mereka saat mereka sudah menjadi bagian dari LP3I. Peningkatan self-awareness ini harus

dilakukan agar peserta didik menyadari bahwa mereka membuat keputusan tepat dengan memilih pendidikan vokasi.

Salah satu langkah penting yang harus diambil oleh divisi pemasaran adalah dengan mengetahui apa yang menjadi dasar keputusan para calon konsumen. Sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan jasa, konsumen mempunyai beberapa pertimbangan yang akan mempengaruhi keputusan antara menggunakan jasa atau tidak. Variabel yang diputuskan oleh konsumen dapat dikontrol oleh produser. Menurut Kottler (2002) pembeli akan melewati proses pembelajaran sebelum mengembangkan keyakinan untuk membeli produk. Dengan memberikan nilai lebih yang konsumen pilih, maka sebuah entitas bisnis dapat mendapatkan kepercayaan dari calon konsumen.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pemasaran**

Hal terpenting pada penelitian ini adalah pemasaran. Dengan mempertimbangkan bahwa pendidikan atau lembaga pendidikan adalah sebuah entitas bisnis maka pemasaran dengan tujuan mendapatkan peserta didik sesuai dengan target adalah hal yang sangat penting. Peserta didik merupakan target dari metode pemasaran bagi lembaga pendidikan.

Menurut Kotler (2009) pemasaran adalah proses mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan. Dua sasaran pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan keunggulan nilai serta menjaga dan menumbuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan. Hubungan yang menguntungkan di sini adalah

dengan memberikan apa saja yang diperlukan oleh pelanggan dari sebuah lembaga pendidikan. Sesuai dengan jenis pendidikan yang ada di LP3I yaitu pendidikan vokasi maka program – program yang ada adalah program keahlian yang diperlukan dalam dunia kerja.

Secara total terdapat 3 kampus di Ngawi (<https://referensi.data.kemdikbud.go.id/>) yang bersaing memperebutkan calon peserta didik setiap tahunnya. Dengan membuka cabang di Ngawi maka LP3I telah memasuki *perfect competition* dalam memperebutkan tempat di pasar pendidikan lanjutan setelah sekolah menengah di Ngawi, Madiun, Magetan, Sragen, Blora dan Bojonegoro. Kondisi tersebut membuat LP3I Ngawi harus mempunyai sebuah strategi pemasaran yang tepat. Sebuah strategi yang bisa diterima calon peserta didik dan yang terpenting bisa diterima oleh orang tua calon peserta didik.

### **Keputusan**

Keputusan adalah variabel utama dalam penelitian ini. Peneliti memberikan perhatian lebih pada keputusan karena hal ini sebagai salah satu cara untuk memberikan apa yang dibutuhkan oleh peserta didik aktif ataupun peserta didik yang akan mendaftar di LP3I Ngawi.

Keputusan konsumen sangat erat dengan preferensi konsumen yang merupakan suatu sikap konsumen terhadap satu pilihan merek produk yang terbentuk melalui evaluasi atas berbagai macam merek dalam berbagai pilihan yang tersedia (Kotler dan Keller, 2009: 76). Masih menurut Kotler (2002), keputusan pembelian adalah tindakan konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Berhubung LP3I Ngawi menawarkan jasa pendidikan vokasi maka orang tua peserta didik masuk dalam kategori pemakai jasa (*user*). Tentu prinsip

pertimbangan dari pengambilan keputusan konsumen baik sebagai pembeli maupun *user* sama. Mereka akan mempertimbangkan untung rugi sebelum memutuskan membeli atau memakai jasa. Dengan pertimbangan ini, maka penting bagi LP3I untuk menyediakan apa saja yang dipertimbangkan oleh *user* agar mereka memutuskan untuk memilih LP3I Ngawi. Berdasarkan pendapat ini, sangat penting untuk menyediakan bahan pertimbangan berupa preferensi agar keyakinan calon *user* untuk mengambil keputusan semakin tinggi.

### **Produk / Program Studi**

Institusi pendidikan jika dilihat dari segi bisnis adalah sebuah perusahaan. Perusahaan mempunyai produk yang harus dipasarkan agar perusahaan bisa beroperasi sekaligus meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Kotler (1999) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar dalam upaya memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Berdasarkan pendapat ini, sebuah produk atau jasa seyogyanya diproduksi berdasarkan kebutuhan konsumen bukan produk dulu baru mencari konsumen.

Eko Indrajit dan Djokopranoto (2005; 139-141) apabila dikatakan produk universitas adalah ilmu pengetahuan dan pendidikan, maka pelanggannya adalah mahasiswa. Jika diadaptasi ke ranah vokasi maka produk yang dimaksud adalah program – program keahlian yang dipelajari oleh peserta didik. Maka dari itulah, program studi dapat dijadikan sebuah elemen dalam memasarkan lembaga pendidikan lanjutan setelah SMA sederajat.

### **Prospek Lulusan**

LP3I adalah sebuah lembaga pendidikan vokasi. Berdasarkan Peraturan Pemerintah nomor 52 tahun 2016, pendidikan vokasi

merupakan pendidikan tinggi program diploma yang menyiapkan mahasiswa dengan keahlian terapan tertentu sampai program sarjana terapan. Dapat disimpulkan bahwa pendidikan vokasi merupakan nama lain dari program diploma. Pendidikan vokasi juga merupakan nama lain dari pendidikan kejuruan.

Agar prospek lulusan menjadi semakin luas, LP3I menjalin relasi dengan lebih dari 135 perusahaan di seluruh Indonesia. Perusahaan – perusahaan relasi tersebut terdiri dari perusahaan level lokal hingga Nasional. Perusahaan – perusahaan relasi dan LP3I menandatangani MoU yang berisi kesediaan perusahaan untuk mempekerjakan lulusan LP3I dengan syarat – syarat dari perusahaan – perusahaan tersebut seperti lulusan mempunyai IPK Minimal 3.00, berpengalaman magang di bidang pekerjaan yang sama.

### **3) Accessibility**

LP3I berpusat di Jakarta tentu saja hal ini membuat LP3I hanya mengkover wilayah Jakarta dan sekitarnya. Kondisi ini secara langsung telah membatasi LP3I untuk mendapatkan peserta didik dalam jumlah yang memadai. Keputusan untuk membuka kampus cabang diperlukan. Manfaat dari pembukaan kampus cabang adalah agar calon peserta didik bisa mengakses LP3I dengan lebih dekat selain itu agar LP3I dapat mengkover wilayah marketing lebih luas.

LP3I Ngawi berada tepat di tengah kota Ngawi, lokasi kampus dapat mudah dijangkau baik dengan kendaraan pribadi ataupun kendaraan umum. Kemudahan dalam menjangkau kampus LP3I Ngawi ini adalah salah satu atribut keputusan yang dapat digunakan dalam mempromosikan kampus LP3I Ngawi.

### **Harga/Biaya pendidikan peserta didik.**

Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan barang atau jasa (Kotler, 2005) Harga yang dimaksud dalam bagian ini adalah biaya pendidikan langsung yang harus ditanggung oleh peserta didik seperti biaya pendidikan selama satu semester, biaya layanan pendidikan dan biaya lain yang dibayarkan ke kampus.

### **Fasilitas**

Fasilitas adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan untuk mendukung operasional perusahaan. Sarana seperti gedung yang modern dan bersih sangatlah penting sebagai bahan pertimbangan calon peserta didik. Selain itu, tempat duduk yang nyaman serta peralatan mengajar seperti *LCD projector* adalah standar fasilitas yang harus dipenuhi oleh sebuah lembaga pendidikan. Selain agar proses belajar menjadi lancar juga agar menjadikan sepadan biaya pendidikan yang dibayarkan oleh orang tua peserta didik. Fasilitas di LP3I diatur dalam SOP perusahaan. Fasilitas standar yang harus ada dalam kawasan kampus seperti lahan parkir, kantin, tempat beribadah, internet corner, ruang akademik, ruang kelas berAC dll harus ada sebelum kampus cabang beroperasi. Standar ini bertujuan agar peserta didik dapat optimal dalam belajar.

### **C. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu sebuah penelitian yang disusun untuk membantu manajemen LP3I Ngawi menyusun, menentukan, mengevaluasi serta memilih rangkaian strategi pemasaran yang diambil agar dapat efektif dalam memenuhi target. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, pendekatan yang

digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan situasi yang terjadi pada subyek penelitian. Data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif bukan dalam bentuk angka, tetapi dapat data dari wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan memo dan dokumen resmi lainnya. Penelitian ini dilaksanakan di kampus cabang LP3I Ngawi yang terletak di Jl. Suryo No. 20 – 21, Grudo, Kecamatan Ngawi, Kabupaten Ngawi. Pada penelitian ini, peneliti bersama 3 orang rekan yang memandu subyek penelitian mengisi kuesioner dan hasil dari penyebaran kuesioner sesuai dengan harapan peneliti, karena responden dengan jujur dapat memberikan saran untuk kemajuan LP3I Ngawi. Pelaksanaan penelitian dimulai pada minggu pertama bulan juni 2020 sampai dengan bulan Agustus 2020. Populasi dari penelitian ini adalah peserta didik yang saat penelitian ini dilakukan terdaftar di LP3I Ngawi dan aktif mengikuti proses pembelajaran. Saat ini total peserta didik di LP3I adalah 138 peserta sehingga jumlah populasi berjumlah 138 orang. Seluruh data populasi akan dijadikan dasar data untuk analisis. Dengan demikian penelitian ini menggunakan sampel jenuh atau biasa disebut dengan sensus. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu: angket (*questionnaire*) dan wawancara. Adapun media untuk menyebarkan questionnaire adalah Google Form.

#### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Deskriptif Statistik Responden**

Jumlah responden penelitian ini adalah 138 orang, yang semuanya merupakan peserta didik LP3I Cabang Ngawi.

### Deskripsi Responden berdasar Program Keahlian

Deskripsi ini digunakan untuk menjelaskan sebaran responden berdasarkan jurusan yang diambil. Adapun program keahlian yang diambil ada dua, yaitu *Office Management* sebanyak 74 orang dan *Computerized Accounting* sebanyak 64 orang.

**Tabel 1.** Deskripsi Responden Berdasar Program Keahlian

Jurusan	Jumlah	Persentase
Office Management	74	53,62
Computerized Accounting	64	46,38
Total	138	100

Sumber: LP3I Ngawi

### Deskripsi Tempat Tinggal Responden

Deskripsi ini digunakan untuk menjelaskan sebaran responden berdasarkan jarak rumah tinggal mereka dengan kampus LP3I. Data selengkapnya tertera di bawah ini.

**Tabel 2** Deskripsi Tempat Tinggal Responden

Jarak Rumah ke Kampus	Jumlah	Persentase
0 s/d 5 km	25	18,66
5 s/d 10 km	36	26,86
10 s/d 20 km	41	30,60
Lebih dari 20 km	36	23,88
Total	138	100

### Deskripsi Responden atas variabel Y

Deskripsi ini digunakan untuk menjelaskan sebaran persepsi responden dalam menjawab kuesioner variabel Y (keputusan Peserta Didik memilih LP3I). Data selengkapnya tertera di bawah ini.

**Tabel 3.** Deskripsi Responden atas variabel Y

Keterangan	Skor	Frekuensi	Persentase
Rendah	13-16	16	11,59
Sedang	17-21	94	68,12
Tinggi	22-25	28	20,29
Total		138	100

### Deskripsi Responden atas Variabel X1

Deskripsi ini digunakan untuk menjelaskan sebaran persepsi dalam menjawab kuesioner variabel X1 (Program Studi). Data selengkapnya tertera di bawah ini.

**Tabel 4.** Deskripsi Responden atas Variabel X1

Keterangan	Skor	Frekuensi	Persentase
Rendah	13-16	21	15,22
Sedang	17-21	90	65,22
Tinggi	22-25	27	19,56
Total		138	100

### Deskripsi Responden atas Variabel X2

Deskripsi ini digunakan untuk menjelaskan sebaran persepsi dalam menjawab kuesioner variabel X2 (Prospek Lulusan). Data selengkapnya tertera di bawah ini.

**Tabel 5.** Deskripsi Responden atas Variabel X2

Keterangan	Skor	Frekuensi	Persentase
Rendah	10-14	17	12,32
Sedang	15-20	91	65,94
Tinggi	21-25	30	21,74
Total		138	100

### Deskripsi Responden atas Variabel X3

Deskripsi ini digunakan untuk menjelaskan sebaran persepsi dalam menjawab kuesioner variabel X3 (Accesability). Data selengkapnya tertera di bawah ini.

**Tabel 6.** Deskripsi Responden atas Variabel X3

Keterangan	Skala	Frekuensi	Persentase
Rendah	5-6	12	8,70
Sedang	7-8	90	65,22
Tinggi	9-10	36	26,08
Total		138	100

### Deskripsi Responden atas Variabel X4

Deskripsi ini digunakan untuk menjelaskan sebaran persepsi dalam menjawab kuesioner variabel X4 (Harga). Data selengkapnya tertera di bawah ini.

**Tabel 4.11.** Deskripsi Responden atas Variabel X4

Keterangan	Skala	Frekuensi	Persentase
Rendah	16-18	17	12,32
Sedang	19-22	91	65,94
Tinggi	23-25	30	21,74
Total		138	100

### Deskripsi Responden atas Variabel X5

Deskripsi ini digunakan untuk menjelaskan sebaran persepsi dalam menjawab kuesioner variabel X5 (Fasilitas). Data selengkapnya tertera di bawah ini.

**Tabel 4.12.** Deskripsi Responden atas Variabel X5

Keterangan	Skala	Frekuensi	Persentase
Rendah	22-25	12	8,70
Sedang	26-30	90	65,22
Tinggi	31-35	36	26,08
Total		138	100

## Uji Hipotesis

### 1. Analisis Regresi

Metode analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini ada 5, yaitu X1, X2, X3, X4, X5. Sedangkan variabel terikat hanya ada satu, yaitu Y. Regresi atas data penelitian ini, yang telah dijelaskan dalam bab III di atas, dan datanya terlampir, menghasilkan formulasi sebagai berikut:

$$Y = -0,625 + 0,892 X_1 - 0,161 X_2 + 0,589 X_3 - 0,442 X_4 + 0,345 X_5 + e$$
$$t_{hit} = \begin{matrix} (-0,297) & (8,588) & (-2,059) & (2,807) & (-2,650) \\ (2,396) \end{matrix}$$
$$Sig = \begin{matrix} (0,767) & (0,000) & (0,042) & (0,006) & (0,009) \\ (0,018) \end{matrix}$$
$$R^2 = 0,461 \qquad F_{hit} = 22,565$$

### **Pembahasan**

Berdasarkan hasil regresi di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel X1 (Program Studi) adalah sebesar 0,892. Angka ini memberikan makna bahwa kualitas program studi yang meningkat akan mempengaruhi peningkatan pada keputusan peserta didik untuk mendaftarkan diri di LP3I Ngawi. Ukuran proporsinya sebesar 1 dibanding 0,892. Peningkatan kualitas program studi sebesar satu % akan diikuti peningkatan keputusan peserta didik sebesar 0,892%. Bila dikaitkan dengan realitas bisnis LP3I Ngawi, keputusan manajer LP3I untuk senantiasa meningkatkan kualitas program studi sangat relevan dengan temuan penelitian ini. Karena terbukti bahwa variabel X1 (Program Studi) ini signifikan mempengaruhi keputusan peserta didik. Upaya peningkatan program studi yang dilakukan dengan peninjauan kurikulum secara terjadwal, penunjukan fasilitator yang mumpuni dan memiliki kompetensi, monitoring mutu pembelajaran secara paripurna, meliputi evaluasi pada materi pembelajaran, ketercapaian tujuan pembelajaran, strategi pembelajaran, hingga evaluasi pembelajaran dilakukan secara sistematis dan terdokumentasi. Pola-pola seperti ini merupakan suatu bentuk kekuatan LP3I dalam meningkatkan mutu institusinya.

Variabel X2 (Prospek Lulusan) memiliki angka koefisien regresi sebesar  $-0,161$ . Tanda minus dalam angka koefisien regresi ini menunjukkan hubungan yang berlawanan antara prospek lulusan dengan keputusan peserta didik. Kondisi ini berlawanan dengan teori yang normal bahwa prospek lulusan idealnya bersesuaian dengan keputusan peserta didik. Semakin prospek lulusannya baik maka keputusan peserta didik akan meningkat. Namun dalam hal ini justru berlawanan, sehingga dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan prospek lulusan mempengaruhi penurunan keputusan peserta didik. Anomali ini wajar terjadi pada era pandemi Covid19 seperti ini. karena dalam realitanya banyak perusahaan mengurangi jumlah tenaga kerja, sehingga meskipun para lulusan telah memiliki bukti kelulusan namun belum terserap pada dunia kerja. Sehingga terbangun citra baru di masyarakat bahwa lulusan LP3I saat ini ternyata masih pada menganggur. Kondisi ini yang menyebabkan hubungan yang berlawanan seperti ditunjukkan oleh angka koefisien regresi tersebut. Namun demikian, bila dilihat dari angkanya masih tergolong rendah karena perbandingannya  $1:0,161$ .

Variabel X3 (Accesability) memiliki koefisien regresi sebesar  $0,589$ . Angka ini memberikan makna bahwa kemudahan akses ke LP3I Ngawi menentukan peningkatan keputusan peserta didik untuk melanjutkan studinya ke LP3I. Perbandingannya sebesar  $1:0,589$ . Pengaruh yang cukup besar pada variabel accesability ini menunjukkan kesesuaian dengan realitasnya. Karena, bila ditinjau dari sebaran peserta didik, banyak juga yang berasal dari lokasi yang cukup jauh, yang jarak tempat tinggalnya ke kampus LP3I Ngawi lebih dari 20 km. Peserta didik yang tempat tinggalnya lebih dari 20 km

sebanyak 36 orang atau 23,88%. Peserta didik yang jarak rumahnya 10-20 km sebanyak 41 orang atau 40,60%. Peserta didik yang rumahnya berjarak antara 5-10 km sebanyak 36 orang atau 26,86%. Peserta didik yang rumahnya berjarak kurang dari 5 km sebanyak 25 orang atau 18,66%. Kesiediaan peserta didik yang jauh tetap ingin masuk ke LP3I Ngawi tidak terlepas dari lokasi kampus LP3I yang berada di jalur protokol Kota Ngawi yang mudah diakses dengan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi dari segala penjuru.

Variabel X4 (Harga) memiliki angka koefisien regresi sebesar - 0,442. Tanda minus pada angka ini menunjukkan kesesuaian dengan teori dasar bahwa harga dalam realitasnya umumnya berlawanan dengan keputusan peserta didik. Ketika harga LP3I dinaikkan sebesar 1% maka akan berimbas pada penurunan jumlah mahasiswa sebesar 0,442%. Pengaruh ini masih menunjukkan elastisitas normal. Ini terjadi karena memang persaingan lembaga pendidikan kian ketat. LP3I juga menghadapi persaingan yang menguat, baik itu di pesaing langsung maupun pesaing tak langsung. Menyikapi angka yang seperti ini, maka kiranya akan baik bila LP3I tetap mempertahankan kebijakan harga seperti saat ini saja, sambil melihat respon dan perkembangan bisnis ke depan.

Variabel X5 (Fasilitas) memiliki angka koefisien regresi sebesar 0,345. Ini menggambarkan bahwa peningkatan fasilitas 1% akan meningkatkan keputusan peserta didik untuk bergabung di LP3I meningkat sebesar 0,345%. Kondisi seperti ini sangat relevan dengan kebijakan yang dilakukan oleh manajemen LP3I yang senantiasa meningkatkan fasilitas, seperti ruang pembelajaran yang semakin baik, dilengkapi dengan AC dan LCD Projector, emplasement diperluas

untuk menampung parkir peserta didik dan staf karyawan, perlengkapan asseris dan taman untuk memperindah tampilan kampus, dan sebagainya. Fasilitas keamanan juga ditingkatkan dengan menambah tenaga Satpam dan perlengkapan dengan CCTV. Ini semua dilakukan untuk meningkatkan fasilitas LP3I Ngawi.

## **E. PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasar hasil dan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini baik. Ini terlihat dari pengujian ANOVA yang menunjukkan nilai F hitung signifikan, sehingga memiliki arti bahwa semua variabel bebas secara serentak signifikan mempengaruhi variabel Y.
2. Variabel X1 (Program Studi) signifikan mempengaruhi variabel Keputusan Peserta Didik (Y) memilih LP3I Ngawi.
3. Variabel X2 (Prospek Lulusan) signifikan mempengaruhi variabel Keputusan Peserta Didik (Y) memilih LP3I Ngawi.
4. Variabel X3 (Accessibility) signifikan mempengaruhi variabel Keputusan Peserta Didik (Y) memilih LP3I Ngawi.
5. Variabel X4 (Harga) signifikan mempengaruhi variabel Keputusan Peserta Didik (Y) memilih LP3I Ngawi.
6. Variabel X5 (Fasilitas) signifikan mempengaruhi variabel Keputusan Peserta Didik (Y) memilih LP3I Ngawi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arif Julianto Sri Nugroho, Sarwono Nursito. 2019. *Pengukuran Preferensi Stakeholder Eksternal Terhadap Citra Perguruan Tinggi Swasta*. Research Fair Unisri 1 Vol 3, Number 1, Januari 2019. Hlm. 28 – 40.
- Badan Pusat Statistik Kabupataen Ngawi. 2018. Kabupaten Ngawi Dalam Angka. CV Azka Putra Pratama. Ngawi.
- Bly, Robert W. 2004. Webster's New World™ Letter Writing Handbook Wiley Publishing, Inc., Indianapolis, Indiana
- Eko Indrajit dan Djoko Pranoto.2006. "Manajemen Perguruan Tinggi Modern", Penerbit Andi, Yogyakarta
- Hair et al. (1998). *Multivariate Data Analisis with Readings*. Fifth Edition. Prentuce-Hall International.
- Hasyim, Rina Anindita. 2007. *Preferensi Calon Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta*. FORUM ILMIAH INDONUSA ♦ VOL 4 NO 1, JANUARI 2007. Hlm. 54 – 59.
- Kotler and Armstrong, Philips and Gary. 2006. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi ke 12. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philips. 1999. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Edisi Revisi. PT. Prehalindo. Jakarta
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Moleong, Lexy. 1993. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Murwanto Sigit. 2018. *Marketing syariah sebagai jiwa bisnis. Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAIE) Proceeding*. Vol. 1, 2018, 146-152

Pagita, Hariwan. Rhea, Peggy. 2015. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Tempat Kursus Bahasa Inggris Di Bandung (Studi Pada Siswa/i SMA di Kota Bandung)*. e-Proceeding of Management : Vol.2, No.3 Desember 2015. Hlm. 377 – 384

Peraturan Pemerintah nomor 52 tahun 2016,

Santana, Septiawan. 2007. *Menulis Ilmiah Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Yayasan Indonesia.

Sugiyono, 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta

### **Sumber Internet:**

Ardiansyah, 2019, Pengertian Preferensi Konsumen. <https://guruakuntansi.co.id/preferensi-konsumen/> dilihat pada 2 desember 2019.

Data perguruan tinggi di Kabupaten Ngawi. <https://referensi.data.kemdikbud.go.id/index51.php?level=3&kode=050911&id=0> dilihat 9 Desember 2019

\_\_\_\_\_, 2020, *Profil Program Pendidikan LP3I*, <https://www.lp3i.ac.id/>