

Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Kuliah Mahasiswa Program Studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan

Paskalis Dakhi¹

Abstrak

Program studi D3 Akuntansi merupakan program studi yang terdapat di perguruan tinggi STIE Nias Selatan. Pada penelitian ini secara khusus dilatarbelakangi oleh karena jumlah mahasiswa dalam kurun lima tahun terakhir jumlahnya fluktuatif dan tahun 2017 menunjukkan kecenderungan menurun. Fenomena ini menjadi objek yang menarik untuk diteliti seberapa besar bauran pemasaran jasa mempengaruhi minat kuliah mahasiswa pada prodi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif prodi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan yang berjumlah 113 orang dan penentuan sampel dilakukan dengan teknik strata proporsional sehingga responden berjumlah 81 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Pengaruh secara parsial antara setiap variabel bebas terhadap variabel terikatnya dilakukan uji t sedangkan untuk melihat ada tidaknya pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan uji F. Sedangkan uji koefisien determinasi untuk melihat seberapa besar variasi variabel minat kuliah dapat dijelaskan oleh variabel bauran pemasaran jasa. Berdasarkan hasil penelitian maka didapatkan hasil persamaan regresi, yaitu:

$$Y = 8,755 + 0,229 X_1 + 0,025 X_2 - 0,012 X_3 - 0,018 X_4 - 0,098 X_5 + 0,396 X_6$$

Berdasarkan hasil uji parsial maka variabel bukti fisik merupakan variabel yang mempengaruhi minat kuliah mahasiswa prodi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan dengan t hitung $3,597 > t$ tabel $2,12$. Hasil penelitian membuktikan bahwa ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat dengan hasil uji F hitung $3,340 > F$ tabel $2,12$. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa $21,3\%$ variasi variabel minat kuliah mahasiswa dipengaruhi oleh variabel bauran pemasaran jasa.

Kata Kunci : *Bauran Pemasaran Jasa, Minat Kuliah.*

¹ Dosen Tetap STIE Nias Selatan, (paskalisdakhi@gmail.com)

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi merupakan institusi yang memiliki peranan penting dalam menghasilkan sumber daya manusia yang memiliki ilmu pengetahuan yang luas dan juga memiliki ketrampilan kerja yang kompetitif. Pada tingkatan yang lebih khusus maka kegiatan akademik perguruan tinggi dilaksanakan oleh Program Studi. Setiap Program studi memiliki karakteristik yang berbeda dengan program studi yang lain. Pengelolaan program studi mengacu pada jenjang program studi mulai dari tingkatan yang paling rendah yaitu program diploma dan jenjang paling tinggi yaitu doktoral. Setiap jenjang memiliki standar kelulusan yang berbeda, sehingga akan berdampak pada sikap, pengetahuan dan ketrampilan lulusan yang berbeda. Program diploma adalah adalah jenjang pendidikan vokasi yang mengutamakan kemampuan lulusan memiliki ketrampilan yang bisa langsung digunakan pada pasar kerja. Ciri khas ini yang menjadikan program diploma memiliki struktur kurikulum yang

berbeda dibandingkan dengan jenjang sarjana. Minat kuliah mahasiswa pada program diploma dilatarbelakangi oleh tujuan dominan masing-masing mahasiswa bahwa jika sudah lulus maka akan memiliki ketrampilan yang dapat digunakan pada pasar kerja. Bauran pemasaran jasa merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam membeli suatu produk jasa. Pada institusi pendidikan seperti perguruan tinggi juga terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa kuliah pada program studi tertentu. Bauran pemasaran jasa dapat dijadikan sebagai dasar untuk melakukan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kuliah mahasiswa pada perguruan tinggi dan program studi tertentu.

Mahasiswa yang diterima pada program studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan dalam kurun waktu lima tahun terakhir menunjukkan angka yang flukuatif. Dari data BAAK STIE Nias Selatan, jumlah rata-rata mahasiswa yang diterima setiap tahunnya adalah 44 orang. Pada tahun 2017 terlihat bahwa

terjadi penurunan mahasiswa yang diterima yaitu berjumlah 33 orang. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti ingin mengetahui apakah

variabel bauran pemasaran jasa berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa pada program D3 Akuntansi STIE Nias Selatan.

Tabel 1

Jumlah Mahasiswa Prodi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan periode 2013-2017

Data Mahasiswa Prodi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan

Program Studi	2013	2014	2015	2016	2017	rata
D3 Akuntansi	50	51	29	55	33	43,6

Sumber : BAAK (STIE Nias Selatan 2017)

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:Apakah produk, harga, promosi, proses, orang dan bukti fisik berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa pada Program Studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan.

TINJAUAN LITERATUR

Konsep Bauran Pemasaran Jasa

Menurut Tjiptono (2014) bauran pemasaran jasa adalah seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.

Konsep Minat Beli

Sedangkan Kotler (2005) mendefenisikan minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya Menurut Schiffman & Kanuk (2000) minat beli sebagai aktivitas psikis yang timbul karena adanya perasaan (afektif) dan pikiran (kognitif) terhadap suatu barang atau jasa yang diinginkan.

Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Beli

Madura (2001) mendefinisikan bauran pemasaran sebuah perusahaan adalah “kombinasi dari strategi produk, penentuan harga, distribusi, dan promosi yang digunakan untuk menjual berbagai produk”.

Bauran pemasaran Menurut Effendi (2007: 3) bauran pemasaran adalah “suatu kumpulan alat-alat yang dapat digunakan oleh manajemen untuk mempengaruhi penjualan bauran pemasaran adalah suatu kumpulan alat-alat yang dapat digunakan oleh manajemen untuk mempengaruhi penjualan”.

Konsep Produk

Produk adalah “suatu keputusan yang menyangkut seluruh produk jasa yang dapat disediakan atau ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang ada di pasar sasaran” (Kotler, 2003).

Konsep Harga

Menurut Tjiptono (2014) harga dapat diartikan sebagai “jumlah uang (satuan moneter) dan/aspect lain (*non-moneter*) yang

mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa”.

Konsep Promosi

Kotler (2000) mendefinisikan promosi “adalah aktivitas yang mengkomunikasikan informasi dan penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen”.

Konsep Proses

Payne (2007) menyatakan bahwa proses adalah “menciptakan dan memberikan jasa pada pelanggan dalam pemasaran jasa”. Selanjutnya menurut Payne pelanggan jasa akan memandang sistem pemberian jasa merupakan bagian dari jasa itu sendiri.

Konsep Orang

Orang atau karyawan merupakan unsur bauran pemasaran yang memiliki peran penting, karena terlibat langsung dalam kegiatan penyampaian produk ke tangan konsumen (Payne, 2007).

Konsep Bukti Fisik

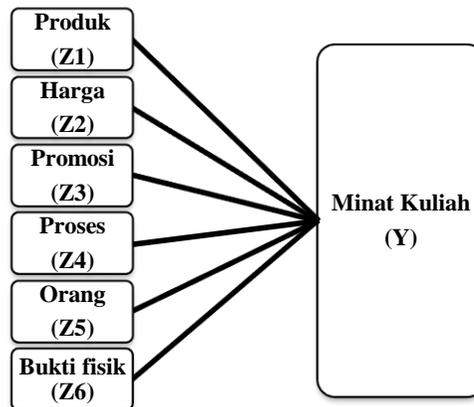
Zeithaml and Bitner dalam Hurriyati (2010) mendefinisikan bukti fisik (*physical evidence*) sebagai suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk mau membeli dan

menggunakan produk jasa yang di tawarkan.”

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian kajian teoritis maka yang menjadi dasar kerangka berpikir peneliti seperti termuat dalam gambar 2 berikut.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Sumber: Penelitian (2017)

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian teoritis maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Produk berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa pada Program Studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan.
2. Harga berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa pada Program Studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan..
3. Promosi berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa pada Program Studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan..
4. Proses berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa pada Program Studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan..

5. Orang berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa pada Program Studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan..
6. Bukti fisik berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa pada Program Studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan.
7. Produk, Harga, Promosi, Proses, Orang, Bukti fisik secara simultan berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa pada Program Studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Prodi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan. Jenis penelitian adalah kuantitatif yang bersifat kausal (sebab akibat) dan bertujuan untuk menguji apakah bauran pemasaran jasa (produk, harga, promosi, proses, orang dan bukti fisik) berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa pada program studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Prodi D3

Akuntansi STIE Nias Selatan angkatan 2015/2016 = 41 orang dan 2016/2017 = 43 orang dan 2017/2018 = 29 orang yang berjumlah 113 orang.

Teknik penentuan sampel adalah *stratified proportional sampling* yaitu: sampel ditentukan menurut proporsi jumlah mahasiswa per angkatan yaitu 2015/2016 = 29 orang dan 2016/2017 = 31 orang dan 2017/2018 = 21 orang yang berjumlah 81 orang.

Metode Analisis Data

Padapenelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah dengan analisis regresi berganda yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen dengan menggunakan alat bantu program *Statistical Product and Service Solution (SPSS)*. Model regresi berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

$X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7 =$ Variabel independen

$a =$ Konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

$b =$ Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Uji Instrumen Data

Uji Validitas

Dalam penelitian ini pengukuran validitas dilakukan dengan cara : melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk dengan menggunakan korelasi koefisien *Product Pearson Moment* dalam program SPSS. Apabila angka signifikan dari total jumlah indikator $> 0,05$, maka dapat disimpulkan masing-masing indikator pertanyaan adalah valid (Ghozali, 2006).

Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil (Ghozali, 2006). Suatu konstruk dikatakan variabel jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Nunnally dalam Ghozali, 2006). Dalam

penelitian ini pengukuran uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *one shot* atau pengukuran sekali

Metode Pengumpulan data

Data dikumpulkan dengan menggunakan metode angket yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan atau kuesioner kepada responden. Jawaban atas daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden dibuat dengan menggunakan *skala Likert*, yaitu rentang 1 sampai dengan 5, dimana nilai 1 adalah pernyataan sangat tidak setuju dan nilai 5 adalah pernyataan sangat setuju.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2006). Model regresi yang baik harusnya memiliki distribusi normal atau minimal mendekati normal. Teknik yang digunakan dalam pengujian normalitas data adalah teknik uji *Kolmogorov Smirnov*,

dengan kriteria bahwa :Jika signifikansi di atas 0,05 maka tidak terjadi perbedaan yang signifikan, atau data terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berfungsi untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2006). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Menurut Ghozali, 2006) : apabila memiliki nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih besar dari 10 dan nilai toleransi kurang dari 0,1 maka dideteksi dalam model terjadi problem multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah model yang homokedastisitas

(Ghozali, 2006). Metode yang digunakan adalah Uji Glejser, yaitu jika nilai signifikan di atas 0,05 maka semua variabel terbebas dari heterokedastisitas.

Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Parameter

Individual (Uji Statistik t)

Tujuannya menguji apakah variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen, dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Pengujian dilakukan 2 arah sebagai berikut :

1. Membandingkan t hitung dengan t tabel, dimana apabila t hitung $<$ t tabel, maka variabel independen secara individu tidak berpengaruh terhadap variabel dependen dan sebaliknya jika t hitung $>$ t tabel, maka variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen
2. Berdasar probabilitas, dimana jika probabilitas $>$ 0,05 (α), maka variabel independen

secara individu tidak berpengaruh terhadap resiko, dan sebaliknya, bila probabilitas $< 0,05$ (α), maka variabel independen secara individu berpengaruh terhadap resiko

Uji Kelayakan Model (Uji Statistik F)

Tujuannya untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Cara pengujian sebagai berikut :

1. Membandingkan F hitung dengan F tabel, dimana bila F hitung $< F$ tabel, maka variabel independen secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen dan sebaliknya, bila F hitung $> F$ tabel, maka variabel independen secara serentak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Berdasar probabilitas, dimana jika probabilitas $> 0,05$ (α), maka variabel independen

secara serentak tidak berpengaruh terhadap beta resiko, dan sebaliknya, bila probabilitas $< 0,05$ (α), maka variabel independen secara serentak berpengaruh terhadap resiko.

Uji Koefisien Determinasi

Tujuannya untuk menguji *goodness-fit* dari model regresi. Besarnya *adjusted* R^2 dapat menjelaskan besarnya variabel dependen dijelaskan oleh variabel independen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Program Studi D3Akuntansi STIE Nias Selatan yang berjumlah 81 orang.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

Hasil Uji Normalitas Data terdapat pada tabel 2.

Tabel 2

Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,55970247
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	,034
	Negative	-,061
Kolmogorov-Smirnov Z		,545
Asymp. Sig. (2-tailed)		,928

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan output pada tabel 2, diketahui bahwa nilai signifikansi residual sebesar 0,928 lebih besar daripada 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinieritas terdapat pada tabel 3.

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,755	3,066		2,855	,006		
	Z1 Produk	,229	,125	,208	1,834	,071	,823	1,215
	Z2 Harga	,025	,099	,029	,257	,798	,829	1,206
	Z3 Promosi	-,012	,127	-,013	-,096	,924	,599	1,670
	Z4 Proses	-,018	,175	-,017	-,101	,920	,385	2,595
	Z5 Orang	-,098	,165	-,101	-,596	,553	,369	2,708
	Z6 Bukti Fisik	,396	,110	,454	3,597	,001	,666	1,500

a. Dependent Variable: YMinatKuliah

Berdasarkan hasil uji multikolieritas pada tabel 3 maka semua nilai Tolerance diatas 0,1 dan semua nilai VIF semuanya

lebih kecil dari 10 sehingga tidak ada masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas terdapat pada tabel 4.

Tabel 4
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standard ized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8,755	3,066		2,855	,006		
Z1 Produk	,229	,125	,208	1,834	,071	,823	1,215
Z2 Harga	,025	,099	,029	,257	,798	,829	1,206
Z3 Promosi	-,012	,127	-,013	-,096	,924	,599	1,670
Z4 Proses	-,018	,175	-,017	-,101	,920	,385	2,595
Z5 Orang	-,098	,165	-,101	-,596	,553	,369	2,708
Z6 BuktiFisik	,396	,110	,454	3,597	,001	,666	1,500

a. Dependent Variable: YMinatKuliah

Dari hasil uji pada tabel 4 dengan menggunakan uji Glejser, makadapat diketahui bahwa nilai signifikansi ketujuh variabel independen diatas nilai $\alpha=0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi

masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi

Hasil persamaan regresi dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5
Persamaan regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,468	1,896		2,357	,021
Z1Produk	,053	,077	,086	,690	,492
Z2Harga	-,046	,061	-,093	-,748	,457
Z3Promosi	,006	,078	,010	,070	,944
Z4Proses	-,083	,108	-,139	-,765	,447
Z5Orang	-,007	,102	-,013	-,072	,943
Z6BuktiFisik	-,051	,068	-,104	-,750	,456

a. Dependent Variable: abs

Berdasarkan tabel 5, maka hasil persamaan regresi pada penelitian ini adalah:

$$Y = 8,755 + 0,229 X_1 + 0,025 X_2 - 0,012 X_3 - 0,018 X_4 - 0,098 X_5 + 0,396 X_6$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi tersebut maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai Variabel minat kuliah sebesar 8,755 adalah konstanta. Nilai ini didapatkan pada saat nilai variabel produk, harga, promosi, proses, orang dan bukti fisik sebesar 0.
2. Nilai koefisien variabel produk sebesar 0,229. Setiap kenaikan satu satuan pada variabel produk akan

meningkatkan minat kuliah sebesar 0,229 satuan dengan asumsi variabel yang lain konstan.

3. Nilai koefisien variabel harga sebesar 0,025. Setiap kenaikan satu satuan pada variabel harga maka akan meningkatkan minat kuliah sebesar 0,025 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.
4. Nilai koefisien variabel promosi sebesar -0,012. Kenaikan satu satuan pada variabel promosi akan mengurangi minat kuliah sebesar 0,012 satuan. Dampak negatif variabel promosi ini disebabkan pengetahuan mahasiswa akan program studi D3 Akuntansi STIE Nias

- Selatan sangat baik. Sehingga aktivitas promosi yang berlebihan akan berdampak pada berkurangnya minat kuliah mahasiswa karena ada asumsi bahwa aktivitas promosi yang meningkat memberikan citra negatif terhadap Prodi D3.
5. Nilai koefisien variabel proses -0,018. Kenaikan variabel proses sebesar satu satuan akan berdampak pada penurunan minat kuliah pada yaitu pada prosedur administrasi perkuliahan yang belum dipahami. Sehingga penambahan kegiatan proses yang tidak efisien akan berdampak pada pengurangan minat mahasiswa kuliah pada prodi D3 Akuntansi.
 6. Nilai koefisien variabel orang -0,098. Sumber daya manusia prodi dan tenaga kependidikan sudah maksimal. Sehingga penambahan jumlah tenaga kependidikan yang tidak efisien akan menjadikan pelayanan akademik tidak berdampak positif terhadap pelayanan prodi kepada mahasiswa
 7. Nilai koefisien variabel bukti fisik 0,396. Bukti fisik memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan minat mahasiswa kuliah pada prodi D3 Akuntansi antara lain, peningkatan akreditasi, perbaikan gedung dan fasilitas perkuliahan. Perkuliahan yang dilakukan tepat waktu dan konsisten juga berdampak pada meningkatnya minat kuliah pada prodi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan.

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Hasil pengujian hipotesis parsial dapat dilihat pada tabel 5.

1. Dengan nilai t hitung $1,834 < t$ tabel 2,08, maka variabel produk tidak berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa pada program studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan. Penyusunan kurikulum, metode perkuliahan, kegiatan tridharma sudah dimaksimalkan akan tetapi

- dalam penelitian ini produk tidak berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa.
2. Dengan nilai t hitung $0,257 < t$ tabel $2,08$, maka variabel harga tidak berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa pada program studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan. Penetapan uang perkuliahan, uang ujian, dan biaya administrasi lainnya sudah sesuai dengan kemampuan mahasiswa. Karena ada kerjasama dengan pihak pemerintah daerah Kabupaten Nias Selatan maka mahasiswa tidak membayar uang kuliah, kecuali biaya administrasi tambahan lain. Pada penelitian ini harga tidak berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa.
 3. Dengan nilai t hitung $-0,096 < t$ tabel $2,08$, maka variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa pada program studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan. Aktivitas promosi sudah dilakukan oleh STIE Nias Selatan setiap tahun dan di wilayah Kabupaten Nias Selatan STIE Nias Selatan dan prodi D3 Akuntansi sudah dikenal dengan baik oleh masyarakat. Pada penelitian ini promosi tidak berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa.
 4. Dengan nilai t hitung $-0,101 < t$ tabel $2,08$, maka variabel proses tidak berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa pada program studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan. Penyelenggaraan kegiatan akademik dan non akademik sudah dilakukan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh perguruan tinggi. Pelayanan kepada mahasiswa dilakukan sesuai dengan prosedur dan semua mahasiswa terlayani sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Pada penelitian ini proses tidak berpengaruh terhadap minat kuliah karena semua alur kegiatan perkuliahan sudah dilakukan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan perguruan tinggi.

5. Dengan nilai t hitung $-0,596 < t$ tabel 2,08 maka variabel orang tidak berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa pada program studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan. Dosen dan tenaga kependidikan merupakan sumber daya yang utama pada kegiatan akademik. Pada penelitian ini, orang tidak berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa pada prodi D3 Akuntansi.
6. Dengan nilai t hitung $3,597 > t$ tabel 2,08 maka variabel bukti

fisik berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa pada program studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan. Akreditasi, sarana dan prasarana dan penyelenggaraan proses akademik yang terkendali menjadi faktor utama perhatian mahasiswa sehingga mempengaruhi minat kuliah pada prodi D3 Akuntansi.

Uji F (Simultan)

Hasil Uji simultan terdapat pada tabel 6.

Tabel 6

Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	141,933	6	23,655	3,340	,006 ^a
	Residual	524,166	74	7,083		
	Total	666,099	80			

a. Predictors: (Constant), Z6 BuktiFisik, Z1 Produk, Z2 Harga, Z5 Orang, Z3 Promosi, Z4 Proses

b. Dependent Variable: Y Minat Kuliah

Berdasarkan hasil uji pada tabel 6, maka dapat nilai F hitung sebesar **3,340** > t hitung **2,12**, maka secara simultan semua variabel bauran pemasaran jasa (produk, harga, promosi, proses, orang dan bukti fisik) berpengaruh terhadap minat

kuliah mahasiswa padaprodi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan.

Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi terdapat pada tabel 7.

Tabel 7

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,462 ^a	,213	,149	2,66145

a. Predictors: (Constant), X7BuktiFisik, X1Produk, X2Harga, X6Orang, X4Promosi, X5Proses

Uji Koefisien Determinasi

Pada tabel 7 terlihat nilai R menunjukkan angka 0,462. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel produk, harga, promosi, proses, orang dan bukti fisik memiliki korelasi sebesar 46,2 % dengan variabel minat kuliah.

Nilai R Square sebesar 0.213 berarti 21.3% variabel minat kuliah mahasiswa prodi D3 Akuntansidapat dijelaskan oleh Produk, Harga, Promosi, Orang, Proses dan Bukti Fisik. Sedangkan sisanya 78.7% dapat dijelaskan oleh variabel- variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan terhadap pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan mahasiswa kuliah di STIE Nias Selatan, maka ditarik kesimpulan atas penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

1. Secara simultan bauran pemasaran jasa yang terdiri dari dimensi variabel yaitu : produk, harga, promosi, proses, orang dan bukti fisik secara serempak adalah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat

- kuliah mahasiswa Prodi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan.
2. Secara parsial variabel bukti fisik adalah variabel yang paling berpengaruh positif dan signifikan dalam mempengaruhi minat kuliah mahasiswa di Program Studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan.
 3. Dari analisis diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.213 berarti 21.3% variabel minat kuliah mahasiswa Prodi D3 Akuntansi dapat dijelaskan oleh Produk, Harga, Promosi, Proses, Orang, dan Bukti Fisik, sedangkan sisanya 78.7% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendi, Mas'ud. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Brawijaya
- Ghozali, Imam, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, Cetakan Keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa Dan Bauran Pemasaran*. Alfabeta, Jakarta
- Kotler Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Bumi Aksara, Jakarta
- Kotler Philip, 2003, *Marketing Management*, Eleventh Edition, International edition, Prentice Hall, New York, USA
- Kotler, P 2005, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jakarta, Erlangga
- Madura, Jeff. (2001). *Pengantar Bisnis*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Payne, Adrian, 2007. *Pemasaran Jasa*. Terjemahan Fandi Tjiptono. Andi, Jakarta
- Schiffman & Kanuk. 2000. *Consumer Behaviour*. New Jersey. Pearson Prentice Hall International Inc.
- STIE Nias Selatan (2017). *Data Mahasiswa Program Studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan Periode 2013-2017*. BAAK STIE Nias Selatan. Telukdalam.
- Tjiptono, 2014. *Pemasaran Jasa*. Edisi 1, Yogyakarta. Penerbit CV. ANDI OFFSET