

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN PRIBADI TERHADAP  
KEPUTUSAN KULIAH DI UNIVERSITAS  
BATANGHARI JAMBI**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar  
Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Batanghari Jambi**

**OLEH**

**Nama : Theresia Kausar Gultom**

**Nim : 1900861201247**

**Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BATANGHARI JAMBI  
TAHUN 2023**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

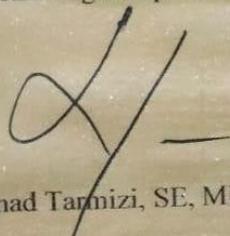
Dengan ini komisi Pembimbing Skripsi Menyatakan bahwa Skripsi  
Sebagai berikut:

Nama : Theresia Kausar Gultom  
Nim : 1900861201247  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap  
Keputusan Kuliah di Universitas Batanghari Jambi

Telah memenuhi persyaratan skripsi sesuai dengan prosedur yang berlaku  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.

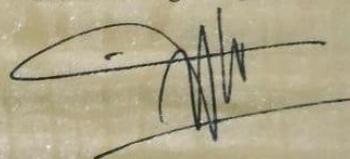
Jambi, 24 Agustus 2023

Pembimbing Skripsi I



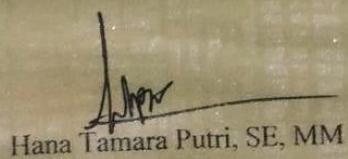
Ahmad Tarmizi, SE, MM

Pembimbing Skripsi II



Denny Asmas, SE, MSI

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen



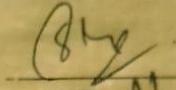
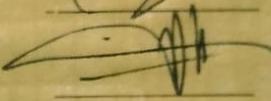
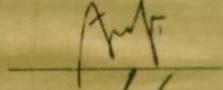
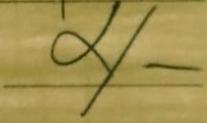
Hana Tamara Putri, SE, MM

### TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi pada :

Hari : Kamis  
Tanggal : 10-08-2023  
Jam : 08.00-10.00 Wib  
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari

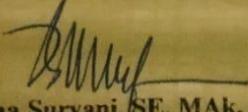
### PANITIA PENGUJI

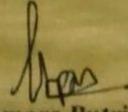
NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
Hj. Susilawati, SE, MSi	Ketua	
Denny Asmas, SE, MSi	Sekretaris	
Pupu Sopini, SE, MM	Penguji Utama	
Ahmad Tarmizi, SE, MM	Anggota	

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Batanghari

Ketua Program  
Studi Manajemen

  
Dr. Hj Arna Suryani, SE, MAk, Ak, CA, CMA

  
Hana Tamara Putri, SE, MM

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Theresia Kausar Gultom  
Nim : 1900861201247  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Dosen Pembimbing : 1. Ahmad Tarmizi, SE, MM  
2. Denny Asmas, SE, MSi  
Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap Keputusan Kuliah di Universitas Batanghari Jambi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, bahwa data-data yang saya cantumkan pada skripsi ini adalah benar bukan hasil rekayasa, bahwa skripsi ini adalah karya orisinal bukan hasil plagiatisme atau diupahkan pada pihak lain. Jika terdapat karya atau pemikiran orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jambi, 24 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan



Theresia Kausar Gultom

## ABSTRAK

**(THERESIA KAUSAR GULTOM / 1900861201247 / 2023 / PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN KULIAH DI UNIVERSITAS BATANGHARI JAMBI/ DOSEN PEMBIMBING I AHMAD TARMIZI, SE, MM. / SUPERVISOR II DENNY ASMAS, SE, MSi.)**

Faktor social dan pribadi memainkan peran yang sangat penting dalam keputusan pembelian. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan faktor sosial, pribadi dan keputusan kuliah di Universitas Batanghari Jambi, serta untuk menganalisis pengaruh faktor sosial dan pribadi terhadap keputusan kuliah di Universitas Batanghari Jambi secara simultan dan secara parsial.

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan kuantitatif. Penyebaran kuesioner dengan jumlah Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa dan mahasiswi Universitas Batanghari Jambi tahun 2022, yaitu sebanyak 3.979 orang, maka rumus yang digunakan untuk mencari sampel menurut Sarwono (2012:24) sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah 98 orang responden. Analisis data menggunakan SPSS Ver 22 dan menggunakan model regresi linier berganda dengan hasil hitung  $Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$ .

Universitas Batanghari mengandung makna simbolis dengan predikat "BATANGHARI" yang merupakan lambang kepemilikan seluruh masyarakat Provinsi Jambi, oleh karena tidak ada satupun daerah dalam wilayah Provinsi Jambi yang tidak bersentuhan dengan aliran Sungai Batanghari

Sebuah model regresi linier berganda dengan hasil hitung  $Y = 0,489 + 0,309X_1 + 0,412X_2 + e$ . Koefisien regresi Faktor Sosial ( $X_1$ ) sebesar 0,309 dan Koefisien regresi Faktor Pribadi ( $X_2$ ) sebesar 0,412. Koefisien determinasi =  $R^2$  square ( $R^2$ ) sebesar 0,518 angka ini menyatakan bahwa variabel Faktor Sosial ( $X_1$ ) dan Faktor Pribadi ( $X_2$ ) mampu menjelaskan variabel Keputusan Kuliah ( $Y$ ) sebesar 51,8% dan sisanya sebesar 48,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

Faktor Sosial ( $X_1$ ) dan Faktor Pribadi ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Kuliah ( $Y$ ). Faktor Sosial ( $X_1$ ) dan Faktor Pribadi ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Kuliah ( $Y$ ).

***Kata Kunci : Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Keputusan Kuliah***

## ABSTRACT

**(THERESIA KAUSAR GULTOM / 1900861201247 / 2023 / THE INFLUENCE OF SOCIAL AND PERSONAL FACTORS ON COLLEGE DECISIONS AT BATANGHARI UNIVERSITY, JAMBI / SUPERVISOR I AHMAD TARMIZI, SE, MM. / SUPERVISOR II DENNY ASMAS, SE, MSi.)**

*Social and personal factors play a very important role in purchasing decisions. Therefore, the purpose of this research is to describe social, personal and study decisions at Batanghari University Jambi, and to analyze the influence of social and personal factors on college decisions at Batanghari Jambi University simultaneously and partially.*

*The research method in this research is descriptive and quantitative method. The distribution of questionnaires with the total population in this study were all students at Batanghari Jambi University in 2022, namely 3,979 people, so the formula used to find samples according to Sarwono (2012: 24) so that the sample in this study totaled 98 respondents. Data analysis used SPSS Ver 22 and used a multiple linear regression model with the results calculated  $Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$ .*

*Batanghari University contains a symbolic meaning with the title "BATANGHARI" which is a symbol of ownership of all the people of Jambi Province, because there is not a single area within Jambi Province that is not in contact with the flow of the Batanghari River.*

*A multiple linear regression model with the result  $Y = 0.489 + 0.309X_1 + 0.412X_2 + e$ . The social factor regression coefficient ( $X_1$ ) is 0.309 and the personal factor regression coefficient ( $X_2$ ) is 0.412. The coefficient of determination = R square ( $R^2$ ) of 0.518 this number states that the Social Factors ( $X_1$ ) and Personal Factors ( $X_2$ ) variables are able to explain the College Decision variable ( $Y$ ) of 51.8% and the remaining 48.2% is explained by the factors another factor.*

*Social Factors ( $X_1$ ) and Personal Factors ( $X_2$ ) simultaneously have a significant effect on the College Decision variable ( $Y$ ). Social Factors ( $X_1$ ) and Personal Factors ( $X_2$ ) partially have a positive and significant effect on College Decisions ( $Y$ ).*

**Keywords: Social Factors, Personal Factors, College Decisions**

## KATA PENGANTAR

Saya panjatkan puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap Keputusan Kuliah di Universitas Batanghari Jambi”.

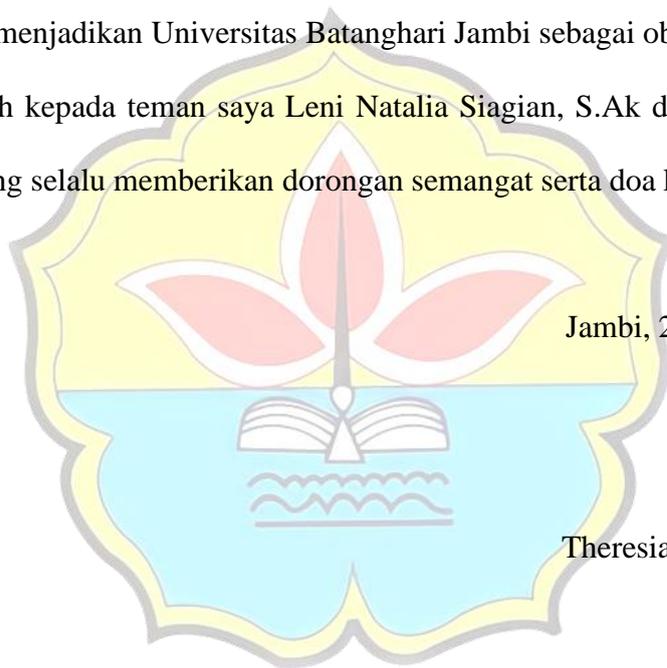
Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada Ayah saya Risman Gultom dan Ibu saya Tumiar Hutajulu dan Saudara kandung saya Lusiana Mindo Gultom, Richad Amos Gultom, Yunita Kristina Gultom, dan Desnatalia Gultom yang selama ini telah memberikan dorongan moril dan material serta do'a yang tulus.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Herri, MBA, selaku Rektor Universitas Batanghari Jambi.
2. Ibu Dr. Hj. Arna Suryani, SE, MAk, Ak, CA, CMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.
3. Ibu Hana Tamara Putri, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Batanghari Jambi.
4. Bapak Ahmad Tarmizi, SE, MM dan Bapak Denny Asmas, SE, MSi selaku pembimbing skripsi I dan pembimbing skripsi II yang telah meluangkan waktu

dan tenaga serta pikiran memberikan bimbingan dan pengarahan serta saran sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

5. Ibu Susi Artati, SE, MS.Ak selaku dosen Pembimbing Akademik saya.
6. Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi yang telah memberikan ilmu dan memperlancar aktivitas penulis selama mengikuti perkuliahan.
7. Kepada pihak staf Universitas Batanghari Jambi yang telah memberikan saya izin untuk menjadikan Universitas Batanghari Jambi sebagai objek penelitian.
8. Terimakasih kepada teman saya Leni Natalia Siagian, S.Ak dan Enni Suryani Siagian yang selalu memberikan dorongan semangat serta doa kepada penulis.



Jambi, 24 Agustus 2023

Theresia Kausar Gultom

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	8
2.1.1 Ekonomi.....	8
2.1.2 Manajemen .....	9
2.1.3 Pemasaran .....	10
2.1.4 Manajemen Pemasaran .....	10
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	12
2.1.6 Keputusan Pembelian Konsumen .....	13
2.1.7 Proses Keputusan Pembelian.....	14
2.1.8 Faktor-faktor Keputusan Pembelian.....	17

2.1.9	Faktor Sosial .....	19
2.1.10	Indikator Faktor Sosial .....	19
2.1.11	Faktor Pribadi .....	21
2.1.12	Indikator Faktor Pribadi.....	21
2.1.13	Indikator Keputusan pembelian Konsumen.....	24
2.1.14	Hubungan Antar Variabel.....	25
2.1.15	Kerangka Pemikiran .....	26
2.1.16	Hipotesis Penelitian .....	27
2.2	Metode Penelitian .....	28
2.2.1	Jenis dan Sumber Data.....	28
2.2.2	Metode Pengumpulan Data .....	29
2.2.3	Populasi dan Sampel.....	30
2.2.4	Metode Analisis Data .....	32
2.2.5	Analisis Statistik.....	34
2.2.6	Operasional Variabel .....	41
 <b>BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>		
3.1	Sejarah Singkat Yayasan Pendidikan Jambi.....	44
3.2	Pokok-pokok Pikiran .....	45
3.3	Sejarah Singkat Universitas Batanghari Jambi.....	45
3.4	Visi, Misi dan Tujuan Universitas Batanghari Jambi .....	47
3.5	Identitas Universitas Batanghari Jambi .....	48
3.6	Struktur Organisasi Beserta Tugas dan Wewenangnya pada Universitas Batanghari Jambi.....	49
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Hasil Penelitian.....	61
4.1.1	Karakteristik Responden.....	61
1.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
2.	Responden Berdasarkan Umur .....	61
3.	Responden Berdasarkan Status Mahasiswa/i.....	62
4.	Responden Berdasarkan Penghasilan Orang Tua .....	63

5. Responden Berdasarkan Penerima Beasiswa .....	63
4.1.2 Deskripsi Variabel Faktor Sosial (X1).....	64
4.1.3 Deskripsi Variabel Faktor Pribadi (X2).....	66
4.1.4 Deskripsi Variabel Keputusan Kuliah(Y).....	70
4.1.5 Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap Keputusan Kuliah di Universitas Batanghari Jambi .....	73
4.1.5.1 Uji Asumsi Klasik .....	73
4.1.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	77
4.1.5.3 Koefisien Korelasi (r) dan Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	78
4.1.5.4 Pengujian Hipotesis.....	79
4.2 Analisis dan Pembahasan .....	81
4.2.1 Analisis Faktor Sosial terhadap Universitas Batanghari Jambi.....	81
4.2.2 Analisis Faktor Pribadi terhadap Universitas Batanghari Jambi.....	82
4.2.3 Analisis Keputusan Kuliah terhadap Universitas Batanghari Jambi .....	83
4.2.4 Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap Keputusan Kuliah di Universitas Batanghari Jambi.....	84
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	86
5.2 Saran.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

No Tabel	Keterangan	Hal
1.1.	Daftar Pesaing Perguruan Tinggi Swasta di Kota Jambi .....	2
1.2.	Jumlah Mahasiwa dan Mahasiswi pada Universitas Batanghari Jambi Tahun 2018-2022 .....	3
2.1.	<i>Stratified Random Sampling</i> .....	30
2.2.	Kriteria dan Bobot Skor .....	31
2.3	Skor Rentang Skala dan Kriteria.....	32
2.4	Nilai Interval Koefisien dan Tingkat Hubungan.....	37
2.5.	Variabel Operasional.....	41
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	62
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Mahasiswa .....	62
4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Orang Tua Perbulan.....	63
4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penerima Beasiswa.....	63
4.6	Hasil Skor Responden Terhadap indikator Kelompok Referensi .....	64
4.7.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Keluarga.....	65
4.8.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Peran dan Status.....	65
4.9	Rekap Jawaban 3 Indikator Faktor Sosial.....	66
4.10	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Umur dan Tahap Daur Hidup ....	67
4.11	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Pekerjaan.....	67
4.12	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Situasi Ekonomi.....	68
4.13	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Gaya Hidup.....	68
4.14.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Kepribadian dan Konsep Diri ....	69
4.15.	Rekap Jawaban 5 Indikator Faktor Pribadi .....	69
4.16	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Pengenalan Kebutuhan .....	70
4.17.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Pencarian Informasi.....	71
4.18.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Evaluasi Alternatif.....	71
4.19.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Keputusan Pembelian .....	72
4.20.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Perilaku Pasca Pembelian.....	72
4.21	Rekap Jawaban 5 Indikator Keputusan Kuliah .....	73
4.22	Uji Auto Korelasi .....	74
4.23	Uji Multikolinieritas.....	75
4.24	Analisis Regresi Linier Berganda .....	77
4.25	Uji Koesien Korelasi dan Determinasi.....	78
4.26.	Uji F (Simultan) .....	79

4.27 Uji t (Parsial) .....	80
4.28 Hasil Rekapitan Jawaban Responden Terhadap 3 Indikator Faktor Sosial.....	81
4.29 Hasil Rekapitan Jawaban Responden Terhadap 5 Indikator Faktor Pribadi ....	82
4.30 Hasil Rekapitan Jawaban Responden Terhadap 5 Indikator Keputusan Kuliah.....	83



## DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Keterangan	Hal
2.1	Kerangka Pemikiran.....	26



## DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Keterangan	Hal
1.	Kuisisioner Penelitian .....	91
2.	Tabulasi Data Ordinal .....	96
3.	Tabulasi Data MSI.....	105
4.	Hasil Output SPSS.....	114



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era *modern* saat ini suatu aspek manajemen pemasaran merupakan salah satu faktor penting yang dijadikan sebagai kunci keberhasilan suatu perusahaan, terutama dalam memetakan pasarnya. Sama seperti aspek pemasaran dalam dunia wirausaha, aspek manajemen pemasaran dalam hal ini juga digunakan untuk bisa mengembangkan usaha yang ada dan ditinjau dari sisi pemasaran. Mereka yang mengetahui atau menjalankan tugas sebagai manajer pemasaran harus bisa mengetahui berbagai aspek pemasaran ini agar bisa memperlancar performanya.

Perkembangan dunia pendidikan selalu meningkat di setiap tahunnya, terutama pada era modern seperti saat ini. Dimana banyaknya perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta yang ada di Indonesia dengan berbagai macam fasilitas dan kualitas yang dimiliki oleh perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta menjadikan tolak ukur siswa atau siswi yang baru lulus sekolah menengah atas untuk memilih melanjutkan pendidikannya ke perguruan tinggi mana yang akan dipilih nanti. Perkembangan perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta di Kota Jambi terbilang cukup banyak. Dimana perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta yang ada di Kota Jambi menjadi suatu pilihan bagi keluarga yang mempunyai anak yang baru lulus sekolah menengah atas untuk melanjutkan pendidikan anaknya ke perguruan tinggi nanti.

Pendidikan merupakan suatu usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif

mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan Negara.

Target pasar perguruan tinggi adalah siswa yang akan melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi. Kondisi sekarang menunjukkan trend kuliah di Perguruan Tinggi yang tidak favorit banyak peminatnya. Salah satu alasannya adalah biaya yang lebih murah dan terjangkau dan manakala masuk ke dunia kerja, akan berkompetisi dan berpeluang sama dengan para pencari kerja alumni Perguruan tinggi terkenal. Oleh karena itu setiap perguruan tinggi khususnya perguruan tinggi swasta yaitu Universitas Batanghari Jambi harus melakukan strategi khusus yang berbeda dengan perguruan tinggi swasta lain. Kemampuan mendapatkan mahasiswa tergantung pada penyampaian informasi tentang perguruan tinggi swasta yang bersangkutan, yang bisa dilihat dari calon mahasiswa terhadap keputusan mahasiswa untuk memilih perguruan tinggi swasta sebagai tempat untuk melanjutkan studinya.

Selama ini upaya yang dilakukan oleh perguruan Tinggi untuk menarik minat mahasiswa dalam menempuh studi di Universitas Batanghari Jambi, dilakukan dengan berbagai macam cara, antara lain promosi ke radio, pemasangan spanduk, penyebaran famlet, memasang baliho di tempat-tempat strategis, memanfaatkan mahasiswa untuk mengajak orang-orang terdekat agar kuliah di Unbari Jambi, dan dari mulut ke mulut.

Adapun daftar pesaing perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta di Kota Jambi adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Daftar Pesaing Perguruan Tinggi Swasta di Kota Jambi**

No	Nama Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta di Kota Jambi	SPP Perguruan Tinggi Negeri/Swasta di Kota Jambi
1.	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp. 2.400.000-5.625.000
2.	Universitas Batanghari Jambi	Rp. 2.445.000-4.795.000
3.	Universitas Dinamika Bangsa Jambi	Rp. 7.000.000-15.000.000
4.	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp. 1.250.000-5.000.000

*Sumber : Olah Data Tahun 2023*

Berdasarkan tabel diatas dimana persaingan perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta di Kota Jambi sangatlah banyak. Disini penulis terfokus pada objek perguruan tinggi swasta yaitu Universitas Batanghari Jambi.

Adapun jumlah mahasiswa dan mahasiswi pada Universitas Batanghari Jambi dari tahun 2018 sampai tahun 2022 dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Mahasiwa dan Mahasiswi pada Universitas Batanghari Jambi Tahun 2018-2022**

Tahun	Jumlah Mahasiswa/i (Orang)	Perkembangan (%)
2018	5.871	-
2019	5.679	(3,27)
2020	5.253	(7,50)
2021	4.458	(15,13)
2022	3.979	(10,74)

*Sumber : Universitas Batanghari Jambi, Tahun 2023*

Berdasarkan Tabel diatas diketahui bahwa jumlah pertahun mahasiswa dan mahasiswi pada Universitas Batanghari Jambi mengalami penurunan setiap tahunnya, yaitu pada tahun 2018 sebanyak 5.871 orang. Kemudian pada tahun 2019 mengalami penurunan sebanyak 5.679 orang atau sebesar -3,27%, pada tahun 2020 mengalami penurunan kembali sebanyak 5.253 orang atau sebesar -7,50%, pada tahun 2021 mengalami penurunan kembali sebanyak 4.458 orang

atau sebesar -15,13%, dan pada tahun 2022 mengalami penurunan kembali sebanyak 3.979 orang atau sebesar -10,74%.

Selain hal yang telah disebutkan di atas, kiranya lembaga harus mengetahui hal-hal apa yang mempengaruhi mahasiswa memilih kuliah di Universitas Batanghari Jambi, baik itu pengaruh faktor internal dan eksternal. Oleh karena itu Perguruan Tinggi juga harus memahami perilaku konsumen (mahasiswa) sehingga bersedia memutuskan untuk kuliah di Universitas Batanghari Jambi. Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor sosial, dan faktor pribadi.

Keberhasilan kegiatan pemasaran suatu perguruan Tinggi juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan perguruan tinggi untuk menyelami persepsi calon mahasiswa, sehingga dapat diketahui mengapa seseorang memutuskan untuk memilih kuliah di Universitas Batanghari Jambi khususnya Fakultas Ekonomi, Hukum, Teknik, FKIP dan Pertanian.

Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial yang meliputi kelompok acuan, keluarga juga peran dan status. Kelompok acuan menghubungkan seorang individu dengan perilaku dan gaya hidup baru. Seseorang berperan dalam banyak kelompok sepanjang hidupnya sehingga posisi orang dalam setiap kelompok dapat didefinisikan dalam istilah peran dan status. Menurut Kotler dan Keller (2016:78) faktor sosial adalah suatu faktor yang meliputi kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

Tidak hanya faktor sosial yang mempengaruhi keputusan konsumen akan tetapi faktor pribadi juga mampu mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas Batanghari Jambi sebagai tempat kuliah mereka. Menurut Kotler dan Keller (2016:78) faktor pribadi adalah suatu faktor yang meliputi karakteristik pribadi yang mempengaruhi keputusan pembeli mencakup usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan, dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, dan gaya hidup serta nilai-nilai. Karena diantaranya memiliki dampak langsung pada perilaku konsumen, penting bagi pemasar untuk mengikuti mereka dengan cermat. Oleh karena itu pihak Universitas Batanghari Jambi harus betul-betul jeli dengan karakteristik mahasiswa yang selama ini telah menempuh pendidikannya.

Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap Keputusan Kuliah di Universitas Batanghari Jambi”**.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengidentifikasi masalah yaitu:

1. Persaingan perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta di Kota Jambi sangatlah banyak.
2. Jumlah pertahun mahasiswa dan mahasiswi pada Universitas Batanghari Jambi dari tahun 2018 sampai tahun 2022 mengalami penurunan setiap tahunnya.
3. Universitas Batanghari Jambi salah satu perguruan tinggi swasta alternatif.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan masalah-masalah pokok dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana faktor sosial, pribadi dan keputusan kuliah di Universitas Batanghari Jambi?
2. Bagaimana pengaruh faktor sosial dan pribadi terhadap keputusan kuliah di Universitas Batanghari Jambi secara simultan?
3. Bagaimana pengaruh faktor sosial dan pribadi terhadap keputusan kuliah di Universitas Batanghari Jambi secara parsial?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini antara lain :

1. Untuk mendeskripsikan faktor sosial, pribadi dan keputusan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.
2. Untuk menganalisis pengaruh faktor sosial dan pribadi terhadap keputusan kuliah di Universitas Batanghari Jambi secara simultan.
3. Untuk menganalisis pengaruh faktor sosial dan pribadi terhadap keputusan kuliah di Universitas Batanghari Jambi secara parsial.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Praktis
  1. Memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan serta tambahan pengalaman kepada penulis dalam penerapan sebagian kecil dari teori yang telah didapat ketika mengikuti perkuliahan dengan realita dilapangan tentang pemasaran.

2. Memberikan kontribusi berupa masukan bermanfaat untuk membantu perusahaan dalam mengambil tindakan atau langkah selanjutnya.

## 2. Manfaat Teoritis

Selain manfaat praktis yang telah dikemukakan diatas, penelitian ini juga memiliki manfaat teoritis yaitu dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian pada masa yang akan datang.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN

#### 2.1 Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1 Ekonomi

Ekonomi atau *economic* dalam banyak literatur ekonomi disebutkan berasal dari bahasa Yunani yaitu kata *Oikos* atau *Oiku* dan *Nomos* yang berarti peraturan rumah tangga. Dengan kata lain pengertian ekonomi adalah semua yang menyangkut hal-hal yang berhubungan dengan perikehidupan dalam rumah tangga dengan perikehidupan sehari-hari. Secara umum, bahwa ekonomi adalah sebuah bidang kajian tentang pengurusan sumber daya material individu, masyarakat, dan negara untuk meningkatkan kesejahteraan hidup manusia. Karena ekonomi merupakan ilmu tentang perilaku dan tindakan manusia untuk memenuhi kebutuhannya yang bervariasi dan berkembang dengan sumber daya yang ada melalui pilihan-pilihan kegiatan produksi, konsumsi dan distribusi.

Menurut Samuelson (Putong, 2013:3), ekonomi adalah suatu studi bagaimana orang-orang dan masyarakat membuat pilihan, dengan atau tanpa penggunaan uang, dengan menggunakan sumber-sumber daya yang terbatas tetapi dapat dipergunakan dalam berbagai cara untuk menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa dan mendistribusikannya untuk keperluan konsumsi, sekarang dan di masa datang, kepada berbagai orang dan golongan masyarakat. Menurut Mankiw (Putong, 2013:4), ekonomi adalah studi tentang bagaimana masyarakat mengelola sumber daya-sumber daya yang selalu

terbatas atau langka. Sehingga dari berbagai pengertian atau definisi para ahli dapat disimpulkan bahwa ekonomi adalah suatu ilmu yang mempelajari bagaimana masyarakat mampu mengelola sumber daya yang terbatas tapi mampu menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa yang berguna kepada masyarakat itu sendiri.

### **2.1.2 Manajemen**

Manajemen mempunyai arti secara *universal*, berkembang, dan berusaha mencari pendekatan dengan mengikuti perkembangan dalam kemajuan ilmu pengetahuan. Menurut Kotler dan Keller (2016:7) manajemen adalah suatu proses kerja antara dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan dalam organisasi dengan melakukan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengkoordinasian atau pengendalian untuk mencapai tujuan organisasi efektif dan efisien dengan menggunakan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

Menurut Handoko tahun 2003 dalam buku Effendi (2016:4) manajemen adalah suatu proses dimana seseorang melakukan perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, pengarahan, dan pengawasan dimana anggota organisasi bekerja sama untuk mencapai tujuan (*goal*) organisasi.

Selanjutnya menurut Alma (2014:9) manajemen adalah suatu proses melakukan koordinasi dan integrasi kegiatan-kegiatan kerja agar disesuaikan secara efisien dan efektif dengan melalui orang lain (pengertian menekankan ini pada efisien dan efektif).

### 2.1.3 Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu fungsi perusahaan yang tidak kalah pentingnya jika dibandingkan dengan fungsi-fungsi perusahaan lainnya, bahkan keberhasilan perusahaan sering diidentikkan dengan keberhasilan pemasaran yang juga dipergunakan sebagai tolak ukur perusahaan tersebut, namun kegiatan pemasaran tidaklah lengkap tanpa fungsi-fungsi perusahaan yang lain seperti produk, keuangan dan personalia.

Menurut Tjiptono (2016:3) pemasaran adalah aktivitas, serangkaian intitusi, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran (*offerings*) yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Menurut Abdullah dan tantri (2012:2) pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Menurut Kismono (2011:313) pemasaran adalah sekelompok aktivitas yang saling berkaitan yang dirancang untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan mengembangkan distribusi, promosi, dan penetapan harga serta pelayanan untuk memuaskan kebutuhan konsumen pada tingkat keuntungan tertentu.

### 2.1.4 Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2013:27), bahwa pemasaran adalah suatu gabungan antara seni dengan ilmu mengenai pemilihan target pasar dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan mereka. Dalam hal ini,

manajemen pemasaran mencakup suatu kegiatan yang lengkap, dimulai dari penganalisisan pasar yang dimaksudkan untuk mencari peluang bisnis yang ada dengan menggunakan perencanaan yang sesuai dengan tujuan organisasi. Rencana yang sudah jadi tersebut selanjutnya dilaksanakan sehingga menghasilkan produksi yang sesuai dengan permintaan pasar.

Pemasaran merupakan salah satu fungsi perusahaan yang tidak kalah pentingnya jika dibandingkan dengan fungsi-fungsi perusahaan lainnya, bahkan keberhasilan perusahaan sering diidentikkan dengan keberhasilan pemasaran yang juga dipergunakan sebagai tolak ukur perusahaan tersebut, namun kegiatan pemasaran tidaklah lengkap tanpa fungsi-fungsi perusahaan yang lain seperti produk, keuangan dan personalia.

Menurut Sumarwan (2011:17), juga mengungkapkan bahwa pemasaran adalah suatu proses bagaimana mengidentifikasi kebutuhan konsumen kemudian memproduksi barang atau jasa yang dibutuhkan konsumen tersebut dan meyakinkan konsumen bahwa mereka membutuhkan barang atau jasa tersebut, sehingga terjadi transaksi atau pertukaran antara produsen dengan konsumen.

Menurut Assauri (2013:12) manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dan pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.

Menurut Sumarni (dalam Sunyoto, 2014:221) manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Jadi, manajemen pemasaran merupakan sistem sosial dan manajerial pada kegiatan bisnis yang terpadu dan saling berhubungan yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba.

### **2.1.5 Perilaku Konsumen**

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010:7) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut : *“The term consumer behavior refers to the behavior that consumers display in searching for, purchasing, using, evaluating, and disposing of product and services that they expect will satisfy their needs.”*

Menurut Peter dan Olson (2010:5) mendefinisikan perilaku konsumen atau *consumer behavior* sebagai dinamika interaksi dari *afeksi* dan *kognisi*, perilaku dan lingkungan yang mana bertujuan untuk mengubah perilaku konsumen di kehidupannya.

Menurut McKechine (2012) dalam buku Sangadji dan Sopiah (2013:9) mendefinikan perilaku konsumen atau *consumer behavior* adalah studi proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan,

atau mengatur produk, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.

Menurut Mangkunegara (2010:3) perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa secara ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.

Maka perilaku konsumen atau *consumer behavior* adalah dinamika interaksi afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungan yang terjadi ketika individu atau kelompok terlibat dalam usaha memperoleh, dan menggunakan produk atau jasa serta proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan, termasuk dalam melakukan pembelian ulang.

#### **2.1.6 Keputusan Pembelian Konsumen**

Keputusan pembelian dalam melakukan pembelian suatu produk merupakan suatu tindakan yang lazim dijalani oleh setiap individu konsumen ketika mengambil keputusan untuk membeli. Keputusan untuk membeli suatu produk barang ataupun jasa timbul karena adanya dorongan emosional dari dalam diri maupun pengaruh dari orang lain. Dari dalam diri terdorong oleh keinginan dan pengaruh dari orang lain berupa bujukan. Menurut Schiffman dan Kanuk yang dialih bahasakan oleh zulkifli (2012:102) menjelaskan “keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian”, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan,

haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan”. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016:102) menjelaskan bahwa “Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi di antara merek dalam pilihan dan mungkin juga membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai.” Lain halnya menurut Kotler dan Amstrong (2016:129) “keputusan pembelian merupakan proses keputusan dimana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli salah satu produk diantara berbagai macam alternatif pilihan”.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas penulis sampai pada pemahaman bahwa keputusan pembelian salah satu konsep dari perilaku konsumen individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka sehingga dihasilkan hasil akhirnya yaitu akan memutuskan apakah akan membeli atau tidak.

### **2.1.7 Proses Keputusan Pembelian Konsumen**

Menurut Setiadi (2010:15) proses keputusan pembelian konsumen dapat diuraikan sebagai berikut :

#### **1. Pengenalan Masalah**

Keputusan pembelian diawali dengan adanya kebutuhan dan keinginan konsumen, dimana dalam hal ini konsumen menyadari adanya perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dengan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan tersebut dapat digerakan oleh rangsangan dari dalam diri konsumen itu sendiri maupun berasal dari luar diri konsumen.

## 2. Pencarian Informasi

Pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk. Konsumen akan mencari informasi yang tersimpan didalam ingatannya (pencarian internal) dan mencari informasi dari luar (eksternal). Umumnya jumlah aktifitas pencarian konsumen akan meningkat bersamaan dengan konsumen berpindah dari situasi pemecahan masalah yang terbatas ke pemecahan masalah yang ekstensif. Salah satu faktor kunci bagi pemasar adalah sumber-sumber informasi utama yang dipertimbangkan oleh konsumen dan pengaruhnya relatif dari masing-masing sumber terhadap keputusan membeli. Sumber-sumber informasi konsumen dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok :

1. Sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga, dan kenalan.
2. Sumber komersial : iklan, tenaga penjualan, penyalur, kemasan, dan pameran.
3. Sumber umum : media massa dan organisasi konsumen.
4. Sumber pengalaman : pernah menangani, menguji, dan menggunakan produk.

Secara umum konsumen menerima informasi terbanyak dari suatu produk dari sumber komersial, yaitu sumber yang didominasi oleh para pemasar. Pada sisi lain, informasi yang paling efektif justru berasal dari sumber-sumber pribadi. Setiap sumber informasi melaksanakan

suatu fungsi yang agak berbeda dalam memengaruhi keputusan membeli.

Informasi komersial umumnya melaksanakan fungsi memberitahu, sedangkan sumber pribadi melaksanakan fungsi legitimasi dan / evaluasi. Karena itu, suatu perusahaan harus "menyusun strategi" agar mereknya masuk keperangkat pengenalan, perangkat pertimbangan, dan perangkat pilihan dari calon pembeli. Bila tidak, ia akan kehilangan peluang untuk menjual pada pelanggan. Lebih jauh lagi, perusahaan harus mengidentifikasi merek lain yang ada di perangkat pilihan dari konsumen sehingga perusahaan dapat merencanakan daya tarik produknya yang akan bersaing.

### 3. Evaluasi alternatif

Proses mengevaluasi pilihan produk dan merek dan memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Bagaimana konsumen memproses informasi tentang pilihan merek untuk membuat keputusan akhir? Ternyata tidak ada proses evaluasi yang sederhana dan tunggal yang digunakan untuk konsumen atau bahkan oleh satu konsumen pada seluruh situasi membeli. Ada beberapa proses evaluasi keputusan. Kebanyakan modal dari proses evaluasi konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional. Konsumen mungkin mengembangkan seperangkat kepercayaan merek tentang dimana setiap merek berada

pada ciri masing-masing. Kepercayaan merek menimbulkan citra merek.

#### 4. Keputusan pembelian

Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk tujuan membeli untuk merek yang disukai. Tujuan pembelian juga akan dipengaruhi oleh faktor-faktor keadaan yang tidak terduga. Konsumen membentuk tujuan pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti : pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan. Pada saat konsumen ingin bertindak, faktor-faktor keadaan yang tidak terduga mungkin timbul dan mengubah tujuan membeli.

#### 5. Evaluasi Pasca Pembelian

Apabila produk yang dibeli tidak memberikan kepuasan yang diharapkan, maka konsumen akan merubah sikapnya terhadap merek produk tersebut menjadi sikap negatif. Sebaliknya, bila konsumen mendapat kepuasan dari produk yang dibelinya, maka keinginan untuk membeli terhadap produk tersebut akan menjadi lebih kuat.

### **2.1.8 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian**

Menurut Sopiah dan Sangadji (2013:25) Terdapat tiga faktor utama yang memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan, diantaranya faktor psikologis, faktor sosial dan faktor pribadi.

#### a. Faktor Psikologis

Faktor psikologis terdiri dari persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap dan kepribadian. Kepribadian ialah faktor psikologi yang memengaruhi perilaku konsumen. Kepribadian merupakan pola individu untuk merespons stimulasi akan muncul dari lingkungannya. Termasuk di dalam kepribadian adalah opini, minat, dan prakarsa. Pembelajaran berdampak karena adanya perubahan. Seorang individu atau konsumen dikatakan belajar jika ada perubahan kearah yang lebih baik dalam tiga aspek (kognitif, efektif, dan psikomotor) yang bersifat relatif permanen. Konsumen akan belajar setelah mendapat pengalaman, baik pengalaman sendiri maupun pengalaman orang lain. Setelah membeli dan mengonsumsi produk, konsumen akan merasa puas. Jika puas, konsumen akan melakukan pembelian ulang di lain waktu. Sebaliknya jika tidak puas, konsumen tidak akan melakukan pembelian di lain waktu.

#### b. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan interaksi formal maupun informal dalam masyarakat yang relatif permanen yang anggotanya menganut minat dan perilaku serupa dalam usahanya mencapai tujuan bersama. Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen.

### c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi. Menurut Pride dan Ferrel faktor pribadi merupakan faktor yang unik bagi seseorang. Berbagai faktor pribadi dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor pribadi digolongkan menjadi tiga, yaitu: faktor demografi, situasional dan faktor tingkat keterlibatan. Perilaku seseorang dalam membeli sesuatu juga dipengaruhi oleh kepribadian dari konsumen. Faktor pribadi menggabungkan antara tatanan psikologis dan pengaruh lingkungan. Termasuk watak, dasar seseorang, terutama karakteristik dominan.

#### **2.1.9 Faktor Sosial**

Faktor sosial menurut Hurriyati (2020:94) merupakan interaksi formal maupun informal dalam masyarakat yang relatif permanen yang anggotanya menganut minat dan perilaku serupa dalam usahanya mencapai tujuan bersama. Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen.

#### **2.1.10 Indikator Faktor Sosial**

Adapun indikator faktor sosial terbagi kedalam beberapa kategori menurut Hurriyati (2020:95) :

##### 1. Kelompok referensi

Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung dan seseorang yang menjadi anggotanya disebut kelompok keanggotaan.

Beberapa merupakan kelompok primer yang mempunyai interaksi reguler tapi informal seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan sekerja. Beberapa merupakan kelompok sekunder, yang mempunyai interaksi lebih formal dan kurang reguler. Contohnya, kelompok keanggotaan di masyarakat pkk, pengajian, organisasi kebugaran, kesenian dan lain-lain sebagainya. Didalam kelompok acuan ada pemuka pendapat yaitu orang yang karena ketrampilan, pengetahuan, kepribadian, atau karakteristik lain yang spesial memberi pengaruh pada yang lain.

## 2. Keluarga

Anggota keluarga dapat amat mempengaruhi tingkah laku pembeli. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah diteliti secara mendalam. Pemasar tertarik dalam peran dan pengaruh suami, istri, dan anak-anak pada pembelian berbagai produk dan jasa.

## 3. Peran dan Status

Seseorang itu berperan serta dalam banyak kelompok, seperti keluarga perkumpulan, organisasi, posisi seseorang dalam tiap kelompok dapat di tentukan dari segi peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat sesuai dengan status itu. Maka dari itu seringkali seseorang memilih produk untuk mengkomunikasikan statusnya masyarakat. menjadi anggota banyak kelompok keluarga, klub,

organisasi. Posisinya dalam setiap kelompok dapat ditentukan dalam bentuk peran dan status. Peran terdiri dari aktifitas yang diharapkan dilakukan seseorang menurut orang-orang yang ada disekitarnya. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Orang seringkali memilih produk yang menunjukkan statusnya dalam masyarakat.

#### **2.1.11 Faktor Pribadi**

Faktor pribadi menurut Hurriyati (2020:96) merupakan cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi. Menurut pride dan ferrel faktor pribadi merupakan faktor yang unik bagi seseorang. Berbagai faktor pribadi dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor pribadi digolongkan menjadi tiga, yaitu: faktor demografi, situasional dan faktor tingkat keterlibatan. Perilaku seseorang dalam membeli sesuatu juga dipengaruhi oleh kepribadian dari konsumen. Faktor pribadi menggabungkan antara tatanan psikologis dan pengaruh lingkungan. Termasuk watak, dasar seseorang, terutama karakteristik dominan.

#### **2.1.12 Indikator Faktor Pribadi**

Adapun indikator faktor sosial terbagi ke dalam beberapa kategori menurut Hurriyati (2020:96) :

1. Umur dan Tahap Daur Hidup

Usia memengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan. Anak-anak mengambil keputusan dengan cepat, cenderung tidak

terlalu banyak pertimbangan. Ketika membuat keputusan, remaja sudah mulai mempertimbangkan beberapa hal: model, desain dan lain- lain. Mereka cenderung emosional. Keputusan pembelian produk yang dibuat orang tua cenderung rasional, banyak yang dipertimbangkan: harga, manfaat dan lain-lain. Orang merubah barang dan jasa yang mereka beli selama masa hidupnya. Selera akan makanan, pakaian, perabot, dan relreasi seringkali berhubungan dengan umur. Membeli juga dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya.

## 2. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pekerja kasar cenderung membeli lebih banyak pakaian untuk bekerja, sedangkan pekerja kantor membeli lebih banyak jas dan dasi. Pemasar berusaha mengenali kelompok pekerjaan yang mempunyai minat diatas rata-rata akan produk dan jasa mereka. Sebuah perusahaan bahkan dapat melakukan spesialisasi dalam memasarkan produk menurut kelompok pekerjaan tertentu. Jadi perusahaan lunak komputer akan merancang produk berbeda untuk manager merek. Akuntan, insinyur, pengacara dan dokter.

## 3. Situasi ekonomi

Situasi ekonomi akan mempengaruhi pilihan produk. Pemasar produk yang peka terhadap pendapatan mengamati kecendrungan

dalam pendapatan pribadi, tabungan, dan tingkat minat. Bila indikator ekonomi menunjukkan resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, memposisikan kembali, dan mengubah harga produknya.

#### 4. Gaya hidup

Menurut mowen dan minor gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang menjalankan hidup, membelanjakan uang, dan memanfaatkan waktunya. Orang yang berasal dari sub-budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin mempunyai gaya hidup yang jauh berbeda. Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam psikografiknya. Gaya hidup termasuk pengukuran dimensi AIO utama dari para konsumen, aktifitas (pekerjaan, hobbi, berbelanja, olahraga, dan kegiatan sosial), minat (makanan, mode, keluarga, rekreasi), dan opini (mengenai diri mereka sendiri, isu sosial, bisnis, produk). Gaya hidup mencakup sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial atau kepribadian seseorang yang hidup menampilkan pola beraksi dan berinteraksi dan seseorang secara keseluruhan di dunia.

#### 5. Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian setiap orang yang jelas mempengaruhi tingkah laku membelinya. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan diri sendirinya. Kepribadian

adalah pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertindak laku. Kepribadian mencakup kebiasaan, sikap, dan ciri watak yang khusus yang menentukan perbedaan perilaku dari tiap-tiap individu, dan yang berkembang apabila orang tadi berhubungan dengan orang lain.

### **2.1.13 Indikator Keputusan Pembelian Konsumen**

Keputusan pembelian oleh konsumen adalah suatu keputusan seseorang ketika memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Variabel ini diukur melalui indikator. Adapun indikator keputusan pembelian terbagi ke dalam beberapa kategori menurut Sumarwan (2020:361) :

1. **Pengenalan Kebutuhan**

Proses pembelian diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Konsumen mengenali kebutuhan dan keinginan suatu produk.

2. **Pencarian Informasi**

Konsumen yang tergugah kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak atas produk yang dapat memenuhi kebutuhannya. Sikap Konsumen terhadap sejumlah merek terbentuk melalui beberapa prosedur evaluasi alternatif pembelian pada konsumen.

3. **Evaluasi Alternatif**

Adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merek dan memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen.

#### 4. Keputusan pembelian

Konsumen menyusun peringkat mereka membentuk kecendrungan (niat) pembelian. Pengambilan keputusan oleh konsumen pada dasarnya berbeda-beda yang tergantung pada jenis produk yang akan di beli.

#### 5. Perilaku Setelah Pembelian

Penjual memantau perilaku konsumen yang telah membeli produknya, puas atau tidak puasnya konsumen tersebut. Kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengonsumsi ulang produk tersebut.

### **2.1.14 Hubungan Antar Variabel**

#### 1. Hubungan Faktor Sosial dengan Keputusan Pembelian Konsumen

Faktor sosial merupakan interaksi formal maupun informal dalam masyarakat yang relatif permanen yang anggotanya menganut minat dan perilaku serupa dalam usahanya mencapai tujuan bersama. Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Abdul Ghoni dan Tri Bodroastuti (2014) bahwa diperoleh hasil signifikan positif dari faktor sosial terhadap keputusan pembelian pada perumahan griya jakabaring permai banyuasin.

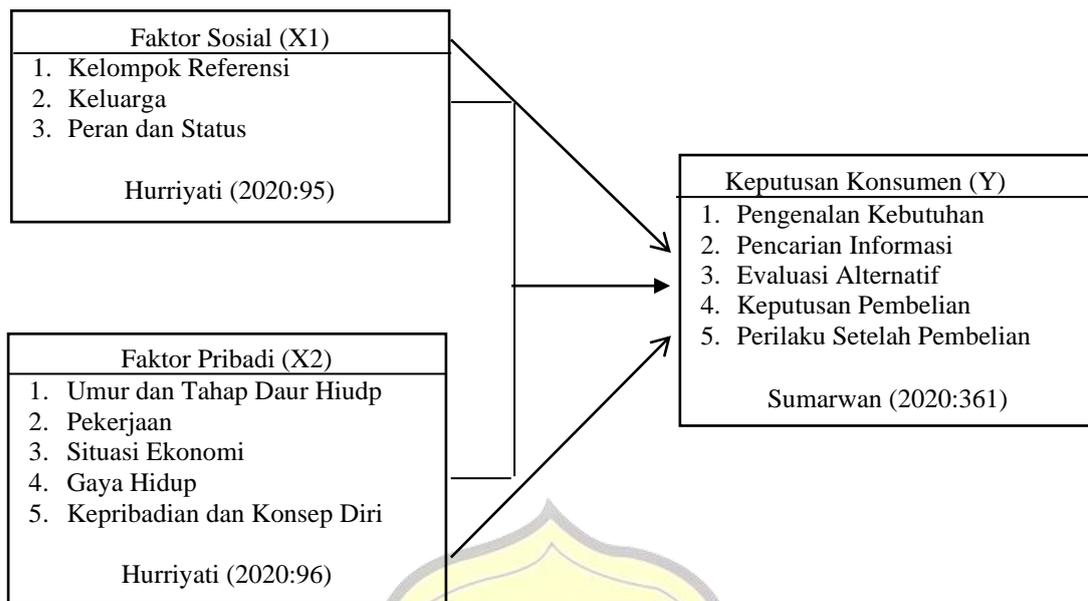
## 2. Hubungan Faktor Pribadi dengan Keputusan Pembelian Konsumen

Faktor pribadi merupakan cara mengumpulkan dan mengelompokkan konsistensi reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi. Menurut Pride dan Ferrel faktor pribadi merupakan faktor yang unik bagi seseorang. Berbagai faktor pribadi dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor pribadi digolongkan menjadi tiga, yaitu: faktor demografi, situasional dan faktor tingkat keterlibatan.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sutianingsih (2010) bahwa diperoleh hasil terdapat pengaruh signifikan positif faktor pribadi terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih perumahan di Yogyakarta.

### 2.1.15 Kerangka Pemikiran

Kerangka Kerangka pemikiran menurut Sugiyono (2018:60) adalah garis besar alur logika berjalannya penelitian yang dapat digambarkan menggunakan suatu diagram yang di dalamnya menjelaskan mengenai ketertarikan antar variabel. Untuk lebih jelasnya kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**

### 2.1.16 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan Menurut Sugiyono (2020:99) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan pernyataan tentative tentang hubungan antara beberapa dua variabel atau lebih.

Berdasarkan kerangka pemikiran, maka peneliti merumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Diduga sosial, pribadi dan keputusan kuliah mahasiswa atau mahasiswi di Universitas Batanghari Jambi baik.
2. Diduga sosial dan pribadi berpengaruh terhadap keputusan kuliah mahasiswa atau mahasiswi di Universitas Batanghari Jambi secara simultan.
3. Diduga sosial dan pribadi berpengaruh terhadap keputusan kuliah mahasiswa atau mahasiswi di Universitas Batanghari Jambi secara parsial.

## **2.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif digunakan apabila bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan peristiwa atau suatu kejadian yang terjadi pada saat sekarang dalam bentuk angka-angka bermakna.

### **2.2.1 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

#### **1. Data Primer**

Data primer merupakan data utama yang diperlukan dalam penelitian dan diperoleh dari responden yang menjadi objek penelitian ini. Pengumpulannya dilakukan dengan cara wawancara pribadi dan melalui kuesioner. Sumbernya adalah mahasiswa dan mahasiswi Universitas Batanghari Jambi yang menjadi responden penelitian.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah diolah lebih lanjut dan merupakan data pendukung bagi penelitian ini. Sumber internalnya adalah Universitas Batanghari Jambi. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data-data laporan, buku-buku, majalah, jurnal serta penelitian terdahulu dan lain-lain.

### 2.2.2 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi secara representatif maka metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yang artinya sebagai berikut :

#### 1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Dalam metode pengumpulan data ini penulis mencoba mempelajari dan mengkaji berbagai literatur yang ada berkaitan dengan topik yang akan diteliti, termasuk didalamnya adalah buku-buku, majalah, jurnal, internet, laporan serta penelitian terdahulu dan lain-lain.

#### 2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu suatu penelitian yang dilakukan melalui teknik observasi dengan melakukan penelitian langsung terhadap mahasiswa dan mahasiswi Universitas Batanghari Jambi serta melakukan penyebaran kuesioner maupun wawancara kepada konsumen untuk mendapatkan informasi.

### 2.2.3 Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Menurut Husein (2011:18) populasi ialah merupakan kesatuan yang mempunyai karakteristik yang sama dimana sampel akan ditarik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa dan mahasiswi dari Fakultas Ekonomi, Fakultas Hukum, Fakultas Teknik, Fakultas FKIP dan Fakultas Pertanian Universitas Batanghari Jambi tahun 2022, yaitu sebanyak 3.979 orang.

#### b. Sampel

Rumus penarikan sampel menurut Husein (2011:24) yaitu dengan menggunakan cara-cara perhitungan dengan rumus dan tingkat ketepatan, kepercayaan dan keanekaragaman yang berbeda-beda.

Rumus yang digunakan yaitu rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Dimana : N= Populasi

n = Ukuran Sampel

e = Persentase kelonggaran ketidak telitian pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir yaitu 10%.

Dari rumus diatas maka diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$
$$n = \frac{3.979}{1 + 3.979 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{3.979}{1 + 3.979 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{3.979}{1 + 39,79}$$

n = 97,54 dibulatkan 98 orang.

Dengan menggunakan rumus Slovin dengan cara profesional maka jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 98 orang.

### c. Teknik Stratified Random Sampling

Dari 98 orang dilakukan teknik *Stratified Random Sampling*. Menurut Sugiyono (2010:34) metode *Stratified Random Sampling* merupakan proses pengambilan sampel melalui cara pembagian populasi ke dalam strata, memilih sampel acak setiap stratum, dan menggabungkannya untuk menaksir parameter populasi bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Adapun *stratified random sampling* pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 2.1**  
***Stratified Random Sampling***

Sampel	Populasi	Rumus <i>Stratified Random Sampling</i>	Jumlah (Orang)
nFE	1.310	$1.310/3.979 \times 98 = 32,26$	32
nFH	1.231	$1.231/3.979 \times 98 = 30,31$	30
nFT	774	$774/3.979 \times 98 = 19,06$	19
nFKIP	394	$394/3.979 \times 98 = 9,70$	10
nFP	270	$270/3.979 \times 98 = 6,64$	7
Jumlah	3.979		98

Sumber : Sugiyono (2010:34)

Dengan rumus *Stratified Random Sampling* menurut Sugiyono (2010:34) didapat perwakilan sampel dari nFE yaitu 32 orang, nFH yaitu 30 orang, nFT yaitu 19 orang, nFKIP yaitu 10 orang dan nFP yaitu 7 orang.

## 2.2.4 Metode Analisis Data

### 2.2.4.1 Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2020:206) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau *generalisasi*.

Dalam operasionalisasi variabel penelitian ini, variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe skala likert. Sumber data nya adalah mahasiswa dan mahasiswi Universitas Batanghari Jambi yang menjadi responden penelitian, kuesioner ini berbentuk pertanyaan tertutup dimana alternatif jawabannya telah tersedia dari 1-5 (menggunakan skala likert format lima jawaban) seperti terlihat berikut ini:

**Tabel 2.2**  
**Kriteria dan Bobot Skor**

Sangat Tidak Setuju	STS	Skor 1
Tidak Setuju	TS	Skor 2
Cukup Setuju	CS	Skor 3
Setuju	S	Skor 4
Sangat Setuju	SS	Skor 5

*Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2023*

Untuk menganalisis permasalahan diatas digunakan skala penelitian dengan menghitung frekuensi skor setiap item pertanyaan. Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2020) bahwa perhitungan skor

setiap komponen yang diteliti dengan mengalikan seluruh frekuensi data dengan nilai bobot. Rumus yang digunakan adalah:

$$\text{Skor terendah} = \text{Bobot terendah} \times \text{jumlah sampel}$$

$$\text{Skor tertinggi} = \text{Bobot tertinggi} \times \text{jumlah sampel}$$

$$\text{Skor terendah} = 1 \times 98 = 98$$

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 98 = 490$$

Sedangkan untuk mencari rentang skala menurut Sugiyono (2020:58) digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rentang Skala (RS)} = \frac{n(m-1)}{m}$$

Dimana :

n = jumlah sampel

m = nilai skor tertinggi

$$= \frac{98(5-1)}{5}$$

$$\text{RS} = 78,4$$

Maka:

**Tabel 2.3**  
**Skor Rentang Skala dan Kriteria**

98 – 176,3	Sangat Tidak Setuju
176,4 – 258,3	Tidak Setuju
258,4 – 333,1	Cukup Setuju
333,2 – 411,5	Setuju
411,6 – 490	Sangat Setuju

*Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2023*

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yaitu dengan mengadakan perbandingan antara sosial (X1), pribadi (X2) terhadap keputusan kuliah mahasiswa atau mahasiswi Universitas Batanghari Jambi. Dimana menurut Bungin (2015:48)

penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan, atau meringkaskan berbagai kondisi, situasi, fenomena, atau berbagai variabel penelitian menurut kejadian sebagaimana adanya yang dapat dipotret, diwawancara, diobservasi, serta yang dapat diungkapkan melalui bahan-bahan dokumenter.

## 2.2.5 Analisis Statistik

### 1) Uji *Instrument*

#### a. Validitas

Menurut Ghozali (2016:135) uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner.

Uji validitas mengkorelasikan pilihan jawaban dengan skor total yang diperoleh. Uji validitas menggunakan nilai signifikansi  $\alpha = 5\%$ . Apabila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel maka indikator dikatakan valid (Wiyono, 2011:36)

#### b. Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliable atau handal apabila jawaban dari seorang (responden) terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari

waktu ke waktu. (Ghozali, 2016:112). Penelitian ini menggunakan pengujian reliabilitas One Shot atau pengujian sekali saja. Suatu konstruk atau variable dikatakan reliable jika nilai Cronbach Alpha  $> 0,70$  (Ghozali, 2016:114).

## **2) Uji Asumsi Klasik**

Pengujian asumsi klasik adalah pengujian asumsi statistik yang harus dilakukan pada analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji asumsi yang ada dalam pemodelan regresi linear berganda sehingga data dapat dianalisa lebih lanjut tanpa menghasilkan data yang bias.

### **a) Uji Autokorelasi**

Menurut Ghozali (2016: 107), uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu dalam periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Autokorelasi terjadi karena residual tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Pada pengujian autokorelasi diharapkan pengujian ini tidak terpenuhi. Kriteria pengujian ini dimana dikatakan tidak ada autokorelasi bila nilai  $DL < DW > DU$  dan  $DL < (4-DW) > DU$  dan sebaliknya terdapat autokorelasi bila nilai  $DL > DW < DU$  dan  $DL > (4-DW) < DU$ .

### **b) Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali (2016: 134), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari

residual satu pengamat ke pengamat lain. Pada pengujian ini diharapkan heteroskedastisitas tidak terjadi karena berarti model regresi linear berganda memiliki asumsi varian residual yang konstan. Hal ini dapat terjadi ketika data memiliki varian yang sistematis akibat manipulasi maupun kesalahan memasukkan data. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut: 1. Jika nilai Signifikansi  $> 0,05$  berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas 2. Jika nilai Signifikansi  $< 0,05$  yang berarti terdapat gejala heteroskedastisitas.

#### **c) Uji Multikolinearitas**

Menurut Ghazali (2016: 153), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Diharapkan pada pengujian ini asumsi multikolinearitas tidak terjadi. Jika nilai VIF  $< 10$  atau nilai Tolerance  $> 0,01$ , maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Jika nilai VIF  $> 10$  atau nilai Tolerance  $< 0,01$ , maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

#### **d) Uji Normalitas**

Menurut Ghazali (2016: 154), uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel residual memiliki distribusi normal. Penyebab terjadinya kasus normalitas umumnya dikarenakan:

- 1) Terdapat data residual dari model regresi dengan nilai yang jauh dari himpunan data sehingga penyebaran data menjadi tidak normal.

2) Terdapat kondisi alam dari data yang pada dasarnya tidak berdistribusi normal.

Kriteria pengujian ini dimana data dinyatakan berdistribusi normal apabila sebaran titik-titik berada disekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai tersebut normal dan sebaliknya.

### 3) Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi Menurut Sugiyono (2016:192) analisis linear berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Adapun persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian Konsumen

a = Konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien Regresi Sosial

b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi Pribadi

X<sub>1</sub> = Sosial

X<sub>2</sub> = Pribadi

### 4) Koefisien Korelasi (r)

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif atau *negative*, sedangkan kuat atau kemahnyanya

hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi (Sugiyono, 2017:224). Interpretasi koefisien korelasi interval koefien korelasi :

**Tabel 2.4**  
**Nilai Interval Koefisien dan Tingkat Hubungan**

0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,000	Sangat Tinggi

Sumber: (Sugiyono, 2017:224)

Tanda (+) dan (-) yang terdapat dalam koefisien korelasi menunjukkan adanya arah hubungan antara variabel tersebut. Tanda (-) menunjukkan hubungan yang berlawanan arah, yang artinya jika satu variabel naik, maka yang lainnya turun, sedangkan tanda (+) menunjukkan hubungan yang searah, yang artinya jika suatu variabel naik, maka yang lainnya naik.

Berikut rumus yang digunakan :

$$r = \frac{\sum (Y_i - \bar{Y})(f_i - \bar{f})}{\sqrt{\sum (Y_i - \bar{Y})^2} \sqrt{\sum (f_i - \bar{f})^2}}$$

Keterangan :

- r = koefisien korelasi
- $Y_i$  = nilai variabel x dalam sampel
- $\bar{x}$  = rata-rata nilai variabel x
- $f_i$  = nilai variabel y dalam sampel
- $\bar{f}$  = rata-rata nilai variabel y

## 5) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Sujarweni (2015:225) koefisien determinasi yang dinotasikan dengan  $R^2$  merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi. Determinasi ( $R^2$ ) mencerminkan kemampuan variabel dependen. Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$  menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin nilai  $R^2$  maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ( $R^2=0$ ), artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila  $R^2=1$ , artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh variasi X. Dengan kata lain bila  $R^2=1$ , maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi. Dengan demikian, baik atau buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh  $R^2$  nya yang mempunyai nilai antara nol dan satu.

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

$R^2$  = Koefisien Korelasi

## 6) Uji Hipotesis

### 6.1 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Sujarweni (2015:162) Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Dengan kriteria pengambilan keputusannya dengan menggunakan angka probabilitas signifikan, yaitu:

Jika probabilitas signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima

Jika probabilitas signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

Uji F juga bisa dilihat:

$F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y)

$F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y)

### 6.2 Uji t (Uji Parsial)

Menurut Sujarweni (2015:161) Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Digunakan untuk menentukan apakah variabel Sosial (X1) dan Pribadi (X2) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Keputusan Kuliah (Y) mahasiswa atau mahasiswi di Universitas Batanghari Jambi.

Jika nilai signifikansi hasil uji t kecil pada 0,05 variabel independen memiliki pengaruh pada variabel dependen.

$t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen dan variabel dependen.

$t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen dan variabel dependen.

Uji t juga bisa dilihat pada tingkat signifikansinya:

Jika tingkat probabilitas signifikansinya  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Jika tingkat probabilitas signifikansinya  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

### 2.2.6 Operasional Variabel

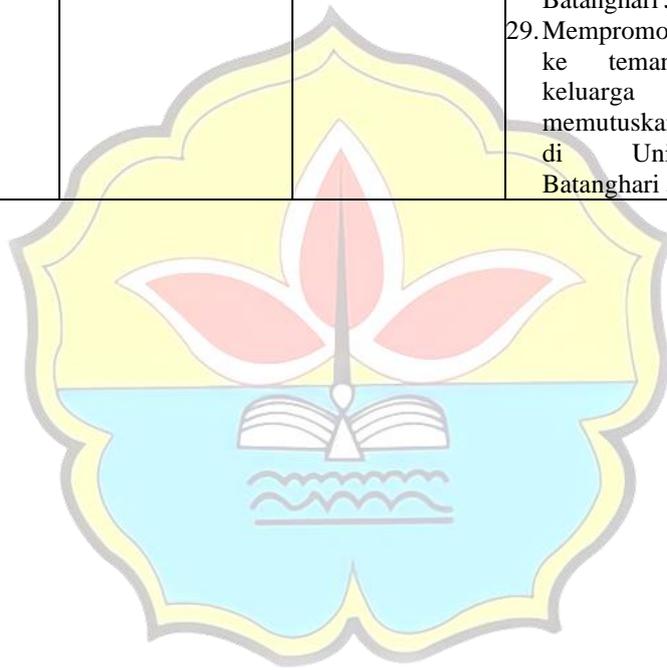
Menurut Sujarweni (2015:77) definisi operasional variabel dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis instrumen serta sumber pengukuran berasal dari mana. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

Untuk mempermudah penentuan arah penelitian, maka penulis memberikan definisi untuk setiap variabelnya, seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 2.5**  
**Variabel Operasional**

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Sub Indikator	Ukuran
1	Sosial (X1)  Hurriyati (2020:95)	Faktor sosial merupakan interaksi formal maupun informal dalam masyarakat yang relatif permanen yang anggotanya menganut minat dan perilaku serupa dalam usahanya mencapai tujuan bersama.  Hurriyati (2020:95)	1. Kelompok Referensi	1.Rekomendasi kelompok 2.Saran dari teman 3.Masukan dari ahli	Ordinal
			2. Keluarga	4.Pengaruh orang tua 5.Pengaruh kakak dan abang kandung 6.Pendapat keluarga	
			3. Peran dan Status	7.Dekat dengan tempat tinggal 8.Status sosial dalam masyarakat 9.Terdapat kelas khusus bagi pekerja	
2	Pribadi (X2)  Hurriyati (2020:96)	Faktor pribadi merupakan cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi. Perilaku seseorang dalam membeli sesuatu juga dipengaruhi oleh kepribadian dari konsumen.  Hurriyati (2020:96)	1. Umur dan Tahap Daur Hidup	10.Umur dewasa perlu memiliki gelar sarjana 11.Tahap kehidupan berpendidikan tinggi	Ordinal
			2. Pekerjaan	12.Mencerminkan jabatan 13.Menaikan jabatan	
			3. Situasi Ekonomi	14.Sesuai pendapatan keluarga 15.Situasi ekonomi keluarga baik	
			4. Gaya Hidup	16.Merasa percaya diri 17.Gaya hidup lingkungan	
			5. Kepribadian dan Konsep Diri	18.Mencerminkan kepribadian 19.Membentuk akhlak dan moral pribadi	
3	Keputusan Pembelian Konsumen (Y)  Sumarwan (2020:361)	Keputusan pembelian adalah “Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi di antara merek dalam pilihan dan mungkin juga membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai.	1. Pengenalan Kebutuhan	20.Pentingnya kebutuhan gelar sarjana. 21.Memenuhi kebutuhan pendidikan	Ordinal
			2. Pencarian Informasi	22.Tetap mencari informasi walaupun mengenal 23.Mendapat informasi dimana menghasilkan lulusan berkualitas,	

		Sumarwan (2020:361)		inovatif, kreatif dan memiliki daya saing.
			3. Evaluasi Alternatif	24. Melakukan evaluasi alternatif dengan Universitas lain 25. Alumninya terserap diberbagai bidang
			4. Keputusan Pembelian	26. Lokasi ditengah kota. 27. Lokasi terjangkau.
			5. Perilaku Pasca Pembelian	28. Puas memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi 29. Mempromosikan ke teman dan keluarga untuk memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi



## BAB III

### GAMBARAN UMUM INSTANSI

#### 3.1 Sejarah Singkat Yayasan Pendidikan Jambi

Universitas Batanghari sejak awal berdirinya tahun 1985 sampai saat ini dibina oleh dan bernaung di bawah Yayasan Pendidikan Jambi. Yayasan ini merupakan pengembangan dari Yayasan Pendidikan Jambi yang dulunya membina STKIP Jambi pada tahun 1970 - 1977.

Maksud dan tujuan pendirian Yayasan Pendidikan Jambi adalah untuk membantu pemerintah dalam upaya meningkatkan pendidikan masyarakat dengan jalan melaksanakan usaha pendidikan dalam arti luas. Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut yayasan menyelenggarakan kegiatan pendidikan serta melengkapi sarana dan prasarana yang dibutuhkan secara bertahap

Badan Pendiri Yayasan Pendidikan Jambi pada awalnya beranggota sebanyak 7 orang, tetapi 3 orang diantaranya tidak lagi berada di daerah ini karena tugas pokoknya telah pindah keluar Jambi. Oleh sebab itu timbul gagasan dari segenap anggota Badan Pendiri untuk merumuskan suatu ketentuan bahwa bagi anggota yang karena jabatannya diikutsertakan sebagai anggota Badan Pendiri Yayasan atas dasar pasal 10 Akte Pendirian, tetapi kemudian ternyata tidak dapat secara tetap berdomisili di daerah tempat berdirinya yayasan, digolongkan ke dalam anggota yayasan *ex officio*. Berkaitan dengan hal tersebut, berdasarkan keputusan rapat anggota Badan Pendiri Yayasan Pendidikan Jambi seperti yang diisyaratkan dalam Akte Nomor 1 tanggal 6 April 1985 dilakukan penambahan keanggotaan Badan Pendiri sehingga anggota baru menjadi 15 orang.

### **3.2 Pokok –pokok Pikiran**

Pembangunan di segala bidang yang kian hari kian meningkat memerlukan tenaga berpendidikan tinggi yang berkualitas dalam jumlah besar. Pembangunan Nasional bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, dan meningkatkan kapasitas individu masyarakat serta menciptakan mobilitas sosial yang lebih cepat. Sejalan dengan itu pembangunan di bidang pendidikan akan mendorong timbulnya tuntutan dan permintaan terhadap keberadaan pendidikan tinggi, demikian pula halnya di Provinsi Jambi .

Perkembangan akan tuntutan pendidikan di daerah Jambi menunjukkan peningkatan yang tajam, sedangkan di lain pihak perguruan tinggi negeri di daerah ini memiliki daya tampung yang terbatas. Hal ini ditambah dengan motivasi serta dorongan dari berbagai pihak, terutama pemerintah daerah dan masyarakat, ikut memperkuat semangat para pendiri untuk mewujudkan suatu universitas swasta yang sekaligus merupakan bagian integral dari sistem pendidikan nasional. Akhirnya didirikanlah universitas swasta ini dengan nama Universitas Batanghari.

Universitas Batanghari mengandung makna simbolis dengan predikat "BATANGHARI" yang merupakan lambang kepemilikan seluruh masyarakat Provinsi Jambi, oleh karena tidak ada satupun daerah dalam wilayah Provinsi Jambi yang tidak bersentuhan dengan aliran Sungai Batanghari.

### **3.3 Sejarah Singkat Universitas Batanghari Jambi**

Menyadari kenyataan bahwa meningkatnya permintaan terhadap pendidikan tinggi tidak dapat diimbangi oleh peningkatan daya tampung perguruan tinggi

negeri, maka Yayasan Pendidikan Jambi merasa tertantang untuk mengubah STKIP Jambi menjadi embrio dalam mewujudkan suatu universitas swasta di daerah ini. Usaha untuk mewujudkan gagasan tersebut dirintis oleh Yayasan Pendidikan Jambi dengan membentuk suatu tim kerja yang bertugas menyusun studi kelayakan serta mempersiapkan persyaratan-persyaratan yang diperlukan untuk pengajuan izin operasional kepada Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI melalui Kopertis Wilayah II di Palembang. Tim kerja yang dibentuk berhasil melaksanakan tugas penyusunan naskah kelengkapan bahan dan persyaratan permohonan izin berdasarkan ketentuan yang dimuat dalam Letter of Intent tanggal 6 Juni 1985. Perguruan tinggi swasta yang diusulkan ini diberi nama Universitas Batanghari yang disingkat dengan akronim UNBARI.

Akhirnya setelah mempersiapkan pendaftaran calon mahasiswa, menyusun jadwal kuliah dan merekrut tenaga pengajar maka dilakukan peresmian berdirinya Universitas Batanghari pada tanggal 1 November 1985 berdasarkan Surat Keputusan Yayasan Pendidikan Jambi sekaligus mengangkat Drs. Kemas Mohamad Saleh sebagai rektor pertama. Pada kesempatan yang sama dilakukan penyerahan mahasiswa kepada rektor sejumlah 362 orang yang tersebar di empat Fakultas yaitu Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Ekonomi, Fakultas Hukum, dan Fakultas Teknik.

Kemudian pada saat ini Universitas Batanghari Jambi dipimpin oleh pj. Rektor Prof. Dr. Herri, SE, M.B.A Akuntabilitas program pendidikan akademik Unbari telah diakui oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) melalui penilaian secara eksternal dengan predikat TERAKREDITASI SANGAT

BAIK. Saat ini Universitas Batanghari memiliki 5 Fakultas dengan 16 Program Studi, yang terdiri 13 Program Studi jenjang pendidikan Strata satu (S-1), 2 Program Studi jenjang pendidikan Strata dua (S-2), dan 1 Program Studi jenjang pendidikan Diploma tiga (D-3).

Pilihan program studi yang luas, mulai dari bidang sosial (ilmu ekonomi, hukum, manajemen, keguruan dan pendidikan) sampai bidang eksakta. Unbari juga menyediakan fasilitas berupa Gedung Rektorat, 4 Gedung Kuliah, Perpustakaan Universitas, Fakultas dan Prodi, Pusat Komputer dan E-Learning, Lab. Komputer, Lab. Bahasa. Lab. Micro Teaching, Lab. Dasar, Lab. Teknik Sipil, Lab. Teknik Lingkungan, Lab. Teknik Listrik, dan Lab. Agribisnis.

### **3.4 Visi, Misi dan Tujuan Universitas Batanghari Jambi**

#### **Visi :**

“Pada tahun 2030 UNBARI menjadi pusat unggulan dalam pembelajaran dan pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni atas dasar akhlak mulia untuk kesejahteraan masyarakat.”

#### **Misi :**

1. Menyelenggarakan pendidikan dan kegiatan pembelajaran yang berkualitas, efisien, efektif dan akuntabel dengan suasana akademik yang kondusif;
2. Mengembangkan penelitian dan kajian ilmiah;
3. Melaksanakan tanggung jawab sosial kepada masyarakat dengan penerapan hasil-hasil penelitian;

4. Mengembangkan kurikulum yang fleksibel dan relevan dengan kebutuhan lokal, regional, nasional dan internasional;
5. Mewujudkan organisasi yang sehat dan memiliki keunggulan kompetitif.

#### **Tujuan Universitas Batanghari Jambi :**

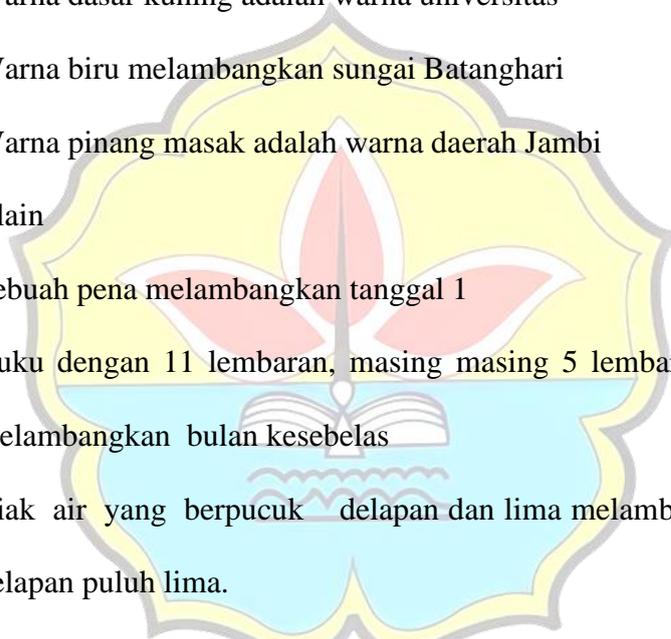
1. Menghasilkan lulusan yang berkualitas, inovatif, kreatif dan memiliki daya saing tinggi, serta memiliki integritas dalam mengemban tugas dan tanggung jawabnya di berbagai bidang;
2. Menghasilkan penelitian bermutu melalui kajian dan eksplorasi sumberdaya, keunggulan komparatif daerah dan isu-isu lokal, regional, nasional dan internasional di bidang kependidikan, ekonomi, hukum, keteknikan dan pertanian;
3. Meningkatkan kerjasama dalam bidang ilmu pengetahuan, teknologi dan seni dengan berbagai pihak untuk mencapai keunggulan kompetitif;
4. Menciptakan lingkungan kampus yang kondusif bagi sivitas akademika dalam melaksanakan kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

#### **3.5 Identitas Universitas Batanghari Jambi**

Wawasan, cita-cita, serta tujuan Universitas Batanghari digambarkan dalam sebuah lambang yang ditetapkan dengan SK Ketua Yayasan Pendidikan Jambi No. 019 tahun 1986 tanggal 16 Agustus 1986.

1. Bentuk dan isi lambang
  1. Lambang Universitas Batanghari berbentuk kelopak bunga bersegi lima yang melambangkan Pancasila

2. Sekuntum bunga dengan tiga kelopak mekar melambangkan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang akan dikembangkan oleh universitas
  3. Sebuah pena dan buku melambangkan penggalian dan pengembangan ilmu
  4. Riak air di atas dasar rata melambangkan dinamika dan kreatifitas atas keseimbangan, keserasian, dan keselarasan
2. Warna
1. Warna dasar kuning adalah warna universitas
  2. Warna biru melambangkan sungai Batanghari
  3. Warna pinang masak adalah warna daerah Jambi
3. Lain-lain
1. Sebuah pena melambangkan tanggal 1
  2. Buku dengan 11 lembaran, masing masing 5 lembar dan 6 lembar, melambangkan bulan kesebelas
  3. Riak air yang berpucuk delapan dan lima melambangkan tahun delapan puluh lima.



Keseluruhannya menggambarkan tanggal 1 bulan 11 tahun 1985, sebagai tanggal berdirinya Universitas Batanghari.

### **3.6 Struktur Organisasi Beserta Tugas dan Wewenangnya pada Universitas Batanghari Jambi**

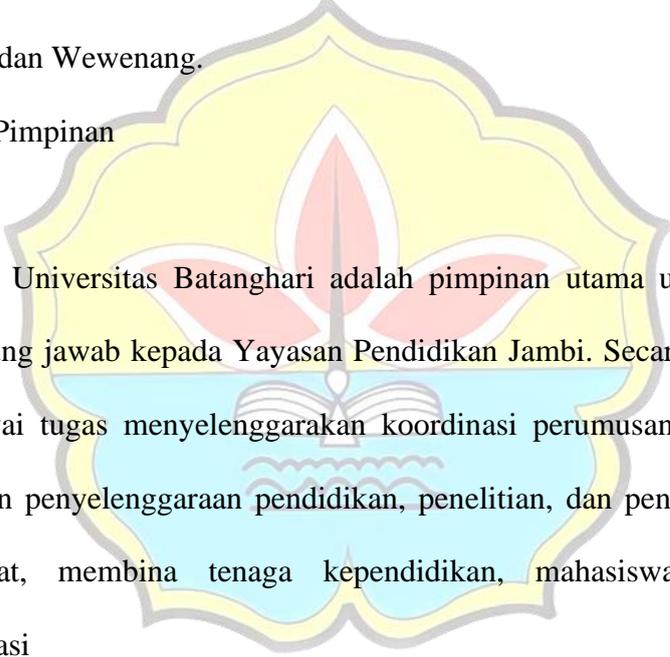
- A. Struktur organisasi Universitas Batanghari terdiri dari unsur-unsur :
1. Pimpinan : Rektor dan Wakil Rektor

2. Pelaksana Administrasi : Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (BAAK) serta
3. Biro Administrasi Umum (BAU)
  - Pelaksana Akademik : Fakultas-fakultas, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
4. Penunjang : Unit Pelaksana Kuliah Kerja Nyata dan/atau Lapangan, Perpustakaan, Badan Penjamin Mutu, Pusat Komputer dan Sistem Informasi , serta Laboratorium

## B. Tugas dan Wewenang.

### 1. Unsur Pimpinan

#### a. Rektor



Rektor Universitas Batanghari adalah pimpinan utama universitas yang bertanggung jawab kepada Yayasan Pendidikan Jambi. Secara Umum rektor mempunyai tugas menyelenggarakan koordinasi perumusan kebijakan dan memimpin penyelenggaraan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat, membina tenaga kependidikan, mahasiswa, dan tenaga administrasi

Selaku Pimpinan Universitas Batanghari Rektor bertugas :

1. Memimpin Universitas Batanghari sesuai dengan tugas pokok yang telah digariskan oleh Yayasan Pendidikan Jambi dan membina civitas akademika agar berdaya guna dan berhasil guna.
2. Menentukan kebijaksanaan pelaksanaan penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian pada masyarakat di

lingkungan Universitas Batanghari yang secara fungsional menjadi tanggung jawabnya sesuai dengan kebijaksanaan umum pemerintahan, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan serta kebijaksanaan teknis Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi dan Yayasan Pendidikan Jambi.

3. Membina dan melaksanakan kerjasama dengan instansi, badan swasta dan masyarakat untuk memecahkan persoalan yang timbul terutama yang menyangkut tanggung jawabnya.

Rektor Universitas Batanghari dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh 3 (tiga) orang wakil rektor yaitu Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kerjasama (WR I), Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum dan Sumberdaya (WR II), dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan (WR III).

b. Wakil Rektor

1. Wakil Rektor I (Bidang Akademik dan Kerjasama)

Bertugas membantu rektor dalam memimpin pelaksanaan pendidikan dan pengajaran, penelitian, pengabdian kepada masyarakat serta program kerjasama dengan instansi pemerintah, swasta, dan masyarakat yang meliputi :

1. Perencanaan pelaksanaan dan pengembangan pendidikan dan pengajaran.
2. Pembinaan tenaga pengajar dan tenaga peneliti.
3. Persiapan program pendidikan baru pada berbagai tingkat maupun bidang.

4. Penyusunan program bagi usaha pengembangan daya penalaran mahasiswa.
5. Perencanaan dan pelaksanaan kerjasama pendidikan dan pengajaran, serta penelitian dengan lembaga di dalam maupun di luar negeri.
6. Pengolahan data yang menyangkut pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian pada masyarakat.
7. Pelaksanaan kegiatan di bidang pengabdian pada masyarakat dalam rangka turut membantu memecahkan masalah yang dihadapi oleh masyarakat dalam pembangunan.

2. Wakil Rektor II (Bidang Administrasi Umum dan Sumberdaya)

Bertugas membantu rektor dalam memimpin pelaksanaan kegiatan bidang keuangan, administrasi umum dan manajemen sumberdaya yang meliputi :

1. Perencanaan dan pengolahan anggaran
2. Pembinaan kepegawaian dan kesejahteraan
3. Pengelolaan perlengkapan
4. Pengurusan kerumahtanggaan dan pemeliharaan ketertiban
5. Pengurusan ketatausahaan
6. Penyelenggaraan hubungan masyarakat
7. Pengolahan data yang menyangkut bidang administrasi umum.

3. Wakil Rektor III (Bidang Kemahasiswaan)

Bertugas membantu rektor dalam memimpin pelaksanaan kegiatan bidang pembinaan, pengembangan, dan pelayanan mahasiswa yang meliputi :

1. Pelaksanaan pembinaan mahasiswa oleh staf pengajar dalam pengembangan sikap dan orientasi serta kegiatan mahasiswa antara lain dalam seni budaya dan olah raga sebagai bagian dari pembinaan civitas akademika yang merupakan tugas pendidikan tinggi pada umumnya.
2. Pelaksanaan usaha kesejahteraan serta usaha bimbingan dan penyuluhan bagi mahasiswa.
3. Pelaksanaan usaha pengembangan daya penalaran mahasiswa yang diprogram oleh Wakil Rektor I, bekerjasama dengan pihak lain dalam setiap usaha kemahasiswaan, pengabdian pada masyarakat dan usaha penunjangnya.
4. Menciptakan iklim pendidikan yang baik dalam kampus dan membantu pelaksanaan pemeliharaan kesatuan bangsa berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.
5. Pelaksanaan kegiatan kemahasiswaan dalam rangka usaha pembangunan yang tetap dilandasi dan nilai-nilai dan tanggung jawab yang bersifat akademik.

## 2. Unsur Pelaksana Administrasi

### a. Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan

Biro Administrasi Akademik dan kemahasiswaan adalah unsur Wakil pimpinan di bidang administrasi akademik dan kemahasiswaan yang berada dan bertanggung jawab langsung kepada rektor.

Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan bertugas memberikan pelayanan teknis dan administrasi di bidang akademik dan kemahasiswaan di lingkungan Universitas Batanghari yang mencakup :

1. Menyusun rencana dan program kerja biro sebagai pedoman pelaksanaan tugas
2. Menelaah peraturan perundang-undangan di bidang akademik, kemahasiswaan, perencanaan dan sistem informasi
3. Merumuskan saran alternatif di bidang administrasi akademik, kemahasiswaan, perencanaan, dan sistem informasi sebagai bahan penyusunan kebijakan
4. Menyusun kalender akademik sebagai pedoman kegiatan akademik
5. Menyusun naskah kerjasama dengan instansi pemerintah dan swasta sebagai bahan pengembangan Tri Dharma Perguruan Tinggi
6. Melaksanakan penawaran dan seleksi calon penerima beasiswa berdasarkan ketentuan yang berlaku
7. Melaksanakan pembinaan dan pengembangan administrasi akademik, perencanaan dan sistem informasi
8. Memantau dan mengevaluasi pelaksanaan kegiatan administrasi akademik, kemahasiswaan, perencanaan, dan sistem informasi untuk mengetahui perkembangannya dan sebagai bahan untuk penyusunan kebijakan.
9. Melaksanakan kegiatan administrasi penerimaan mahasiswa baru

10. Melakukan koordinasi, validasi, penggabungan dan pelaporan Evaluasi Program Studi Berdasarkan Evaluasi Diri (EPSBED)
11. Menyusun laporan biro sesuai dengan hasil yang dicapai sebagai pertanggungjawaban pelaksanaan tugas
12. Melaksanakan tugas lain yang diberikan atasan

Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan terdiri dari :

- Bagian Registrasi
- Bagian Akademik
- Bagian Kemahasiswaan

b. Biro Administrasi Umum dan Keuangan (BAUK)

Biro Administrasi Umum dan Keuangan adalah unsur Wakil pimpinan di bidang administrasi umum, keuangan, dan sumberdaya yang berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada rektor.

Biro Administrasi Umum dan Keuangan mempunyai tugas melaksanakan penyusunan rencana dan program manajemen kepegawaian, manajemen keuangan dan manajemen sumberdaya fisik dan perlengkapan, kerumahtangaan, dan ketatausahaan di lingkungan Unbari.

Dalam melaksanakan tugas tersebut Biro Administrasi Umum dan Keuangan menyelenggarakan fungsi :

1. Penyusunan rencana dan fungsi organisasi
2. Pelaksanaan administrasi dan manajemen pegawai dan dosen
3. Pelaksanaan manajemen keuangan dan akuntansi
4. Pelaksanaan administrasi dan sumberdaya fisik

5. Pelaksanaan kerumahtanggaan
6. Pelaksanaan administrasi ketatausahaan

Biro Administrasi Umum dan Keuangan dipimpin oleh seorang kepala yang sekaligus bertugas sebagai pejabat penanggung jawab keuangan universitas sebagaimana tertera dalam fungsi BAUK dan sesuai dengan PP nomor 23 Tahun 2005.

### 3. Unsur Pelaksana Akademik

#### a. Fakultas

Fakultas terdiri dari unsur-unsur seperti yang diatur pada Peraturan Pemerintah No.60 tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi sebagai berikut :

##### 1. Dekan

Dekan adalah pimpinan fakultas yang bertugas memimpin penyelenggaraan pendidikan, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat, membina tenaga kependidikan, mahasiswa, tenaga administrasi dan administrasi fakultas. Dekan bertanggung jawab kepada rektor.

##### 2. Wakil Dekan

Wakil dekan bertugas membantu pelaksanaan tugas sehari-hari dekan. Wakil dekan terdiri atas Wakil Dekan Bidang Akademik, Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan. Wakil Dekan bertanggung jawab kepada Dekan.

### 3. Senat Fakultas

Senat Fakultas merupakan badan normatif dan perwakilan tertinggi di lingkungan fakultas yang memiliki wewenang untuk menjabarkan kebijakan dan peraturan universitas untuk fakultas yang bersangkutan.

### 4. Jurusan

Jurusan merupakan unit pelaksana akademik yang melaksanakan pendidikan akademik. Jurusan terdiri dari unsur pimpinan (Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan), unsur pelaksana akademik (para dosen), serta laboratorium/studio. Ketua Jurusan bertanggung jawab kepada dekan fakultas yang membawahnya.

### 5. Kelompok Dosen

Kelompok dosen adalah tenaga pengajar di lingkungan fakultas yang berada di bawah dan bertanggung jawab pada atasan masing-masing di lingkungan fakultas yang bersangkutan. Kelompok pengajar terdiri dari tenaga pengajar tetap dan tenaga pengajar luar biasa, serta dosen PNS yang diperbantukan.

### 6. Bagian Tata Usaha Fakultas

Bagian tata usaha fakultas adalah unit pelaksana teknis dan administratif di lingkungan fakultas yang berada di bawah dekan. Bagian tata usaha fakultas dipimpin oleh seorang kepala bagian yang bertanggung jawab langsung pada dekan.

## b. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) adalah pelaksana pembinaan dan pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni, serta pengabdian pada masyarakat dengan berpedoman pada ketentuan yang ditetapkan oleh pimpinan Universitas Batanghari.

Dalam melaksanakan tugas tersebut Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat menyelenggarakan fungsi :

1. Perumusan kebijakan di bidang penelitian dan pengabdian masyarakat
2. Pelaksanaan penelitian lingkup ilmu pengetahuan, teknologi, dan/atau seni yang dimaksudkan untuk menunjang pengembangan konsepsi pembangunan nasional, wilayah, dan/atau daerah
3. Pelaksanaan penelitian untuk pengembangan sistem pendidikan dan institusi Unbari
4. Pelaksanaan tugas administrasi lembaga penelitian
5. Pelaksanaan pengembangan pola dan konsepsi pembangunan nasional, wilayah dan/atau daerah berdasar nilai-nilai lokal, ilmu pengetahuan, teknologi, dan/atau seni
6. Pengamalan hasil-hasil penelitian lingkup ilmu pengetahuan, teknologi dan/atau seni
7. Peningkatan relevansi program pengabdian sesuai kebutuhan masyarakat
8. Pelaksanaan pemberian bantuan keahlian kepada masyarakat dalam melaksanakan pembangunan

#### 4. Unsur Penunjang

##### a. Unit Pelaksana Kuliah Kerja Nyata dan/atau Lapangan

Unit pelaksana Kuliah Kerja Nyata dan/atau lapangan (Kukerta/KKL/PPL) adalah unsur penunjang pelaksana teknis di bidang kuliah praktek pengalaman lapangan yang mempunyai fungsi :

1. Merencanakan dan mengatur pelaksanaan praktek pengalaman lapangan oleh mahasiswa.
2. Mengendalikan dan menilai pelaksanaan praktek pengalaman lapangan.
3. Melakukan urusan tata usaha unit program pengalaman lapangan.

##### b. Perpustakaan Pusat

Perpustakaan pusat adalah unit pelaksana teknis di bidang perpustakaan di lingkungan Universitas Batanghari yang berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada rektor dan pembinaannya dilakukan oleh Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kerjasama.

Perpustakaan Pusat dipimpin oleh kepala yang ditunjuk di antara pustakawan atau dosen. Perpustakaan mempunyai tugas melaksanakan pelayanan perpustakaan untuk keperluan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.

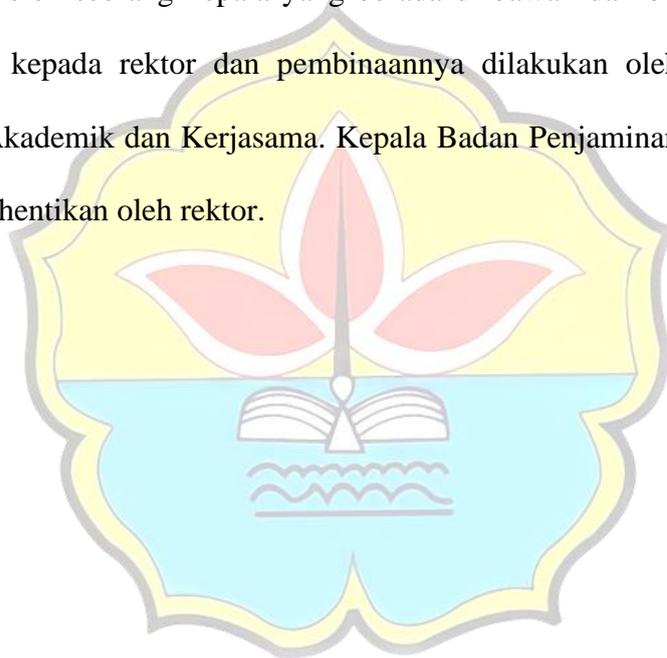
Dalam melaksanakan tugasnya, Perpustakaan Pusat Universitas Batanghari melaksanakan fungsi :

1. Penyusunan dan perumusan konsep kebijakan dan perencanaan program perpustakaan

2. Pengembangan kepastakaan dan pustakawan
3. Pengadaan, pelayanan, dan pemeliharaan bahan pustaka; dan
4. Pelaksanaan kerjasama antar perpustakaan perguruan tinggi dan/atau badan lain di dalam/luar negeri

c. Badan Penjaminan Mutu

Badan Penjamin Mutu (BPM) adalah unit pelaksana teknis di bidang peningkatan dan penjaminan mutu akademik. Badan penjaminan mutu dipimpin oleh seorang kepala yang berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada rektor dan pembinaannya dilakukan oleh Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kerjasama. Kepala Badan Penjaminan Mutu diangkat dan diberhentikan oleh rektor.



**BAB IV**  
**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**4.1. Hasil Penelitian**

**4.1.1 Karakteristik responden**

**1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

Dalam penelitian ini, telah diperoleh berdasarkan data primer yang diolah maka telah dilakukan penyebaran kuesioner dengan mendapatkan 98 responden yang merupakan mahasiswa dan mahasiswi dari Fakultas Ekonomi, Fakultas Hukum, Fakultas Teknik, Fakultas FKIP dan Fakultas Pertanian Universitas Batanghari Jambi. Dibawah ini, dapat dilihat jenis kelamin responden pada tabel berikut :

**Tabel 4.1**  
**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Pria	48	49
2	Wanita	50	51
	<b>Jumlah</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2023*

Berdasarkan tabel 4.1 diatas terlihat bahwa dari 98 responden, responden terbanyak adalah berjenis kelamin wanita sebanyak 50 responden atau sebesar 51% sedangkan Pria sebanyak 48 responden atau sebesar 49%.

**2. Karakteristik Berdasarkan Umur**

Karakteristik berdasarkan umur dibagi kedalam lima kategori yakni 17-20 tahun, 21-24 tahun, 25- 29 tahun, 30 – 35, dan > 35 tahun. Dapat dilihat dari tabel berikut ini :

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

No	Umur (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	17-20	27	28
2.	21 – 24	43	44
3.	25 – 29	10	10
4.	30 – 35	15	15
5.	> 35	3	3
	<b>Jumlah</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2023*

Berdasarkan pada tabel 4.2 diatas terlihat bahwa umur yang paling banyak yaitu 21 – 24 tahun sebanyak 43 orang atau 44%, 17-20 tahun sebanyak 27 orang atau 28%, 25 – 29 tahun sebanyak 10 orang atau 10%, 30 – 35 tahun sebanyak 15 orang atau 15% dan > 35 tahun sebanyak 3 orang atau 3%.

### 3. Karakteristik Berdasarkan Status Mahasiswa/i

Karakteristik berdasarkan status mahasiswa/i dibagi kedalam dua kategori yaitu bekerja dan tidak bekerja, dapat dilihat dari tabel berikut ini :

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Status Mahasiswa/i**

No	Status Mahasiswa/i	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	Bekerja	38	39
2.	Tidak Bekerja	60	61
	<b>Jumlah</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2023*

Berdasarkan pada tabel 4.3 diatas terlihat bahwa status mahasiswa/i yang paling banyak yaitu tidak bekerja sebanyak 60 orang atau 61%, dan bekerja sebanyak 38 orang atau 39%.

#### 4. Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Orang Tua

Karakteristik berdasarkan penghasilan orang tua dibagi kedalam empat kategori yakni empat kategori yakni, <3 juta, 3 – 5 juta, 5 – 7 juta dan > 7 juta, dapat dilihat dari tabel berikut ini :

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Orang Tua**

No	Penghasilan Orang Tua (Juta)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	<3 Juta	15	15
2.	3 – 5 Juta	26	27
3.	5 – 7 Juta	39	40
4.	>7 Juta	18	18
	<b>Jumlah</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2023

Berdasarkan pada tabel 4.4 diatas terlihat bahwa penghasilan orang tua yang paling banyak yaitu 5 - 7 Juta sebanyak 39 orang atau 40%, <3 juta sebanyak 15 orang atau 15%, 3 – 5 Juta sebanyak 26 orang atau 27% dan >7 Juta sebanyak 18 orang atau 18%.

#### 5. Karakteristik Berdasarkan Penerima Beasiswa

Karakteristik berdasarkan penerima beasiswa dibagi kedalam dua kategori yakni ya dan tidak, dapat dilihat dari tabel berikut ini :

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Penerima Beasiswa**

No	Penerima Beasiswa	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	Ya	13	13
2.	Tidak	85	87
	<b>Jumlah</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2023

Berdasarkan pada tabel 4.5 diatas terlihat bahwa mahasiswa/i penerima beasiswa sebanyak 13 orang atau 13%, dan mahasiswa/i tidak penerima beasiswa sebanyak 85 orang atau 87%.

#### 4.1.2 Deskripsi Variabel Faktor Sosial (X1)

Untuk lebih jelas mengenai variabel Faktor Sosial berdasarkan 9 pernyataan dari kuesioner yang dibagikan berkaitan dengan 3 indikator Faktor Sosial (Studi kasus mahasiswa dan mahasiswi Universitas Batanghari Jambi) dapat diuraikan sebagai berikut :

##### 1. Kelompok Referensi

**Tabel 4.6**  
**Hasil Penilaian Responden Terhadap Kelompok Referensi**

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1	Saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena rekomendasi dari orang-orang di kelompok atau organisasi yang sama dengan saya.	-	13	28	39	18	356	Setuju
2	Saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena saran dari teman saya.	-	10	30	45	13	355	Setuju
3	Menurut saya masukan dari para ahli seperti guru mempengaruhi keputusan saya dalam memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.	-	12	27	40	19	360	Setuju
	<b>Total</b>						<b>1.071</b>	
	<b>Rata-rata</b>						<b>357</b>	<b>Setuju</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui hasil kuesioner jawaban dari 98 responden tentang pernyataan yang diajukan pada setiap itemnya dari indikator kelompok referensi dengan jumlah skor rata-rata 357 dilihat dari rentang skala 333,2 – 411,5 berarti responden menjawab **Setuju** dan dikategorikan **Baik**.

## 2. Keluarga

**Tabel 4.7**  
**Hasil Penilaian Responden Terhadap Keluarga**

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
4	Orang tua saya sangat berpengaruh dalam memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.	-	11	26	51	10	354	Setuju
5	Saudara saya berpengaruh dalam memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.	-	19	17	41	21	358	Setuju
6	Sebelum memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi saya meminta pendapat keluarga.	-	12	23	38	25	370	Setuju
<b>Total</b>							<b>1.082</b>	
<b>Rata-rata</b>							<b>360,6</b>	<b>Setuju</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui hasil kuesioner jawaban dari 98 responden tentang pernyataan yang diajukan pada setiap itemnya dari indikator keluarga dengan jumlah skor rata-rata 360,6 dilihat dari rentang skala 333,2 – 411,5 berarti responden menjawab **Setuju** dan dikategorikan **Baik**.

## 3. Peran dan Status

**Tabel 4.8**  
**Hasil Penilaian Responden Terhadap Peran dan Status**

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
7	Saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena dekat dengan tempat tinggal saya.	-	15	19	35	29	372	Setuju
8	Anda memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena status sosial saya dalam masyarakat.	-	13	15	44	26	377	Setuju
9	Karena aktifitas yang padat saya memilih berkuliah di Universitas Batanghari Jambi karena ada kelas khusus bagi pekerja.	-	15	23	34	26	365	Setuju
<b>Total</b>							<b>1.114</b>	
<b>Rata-rata</b>							<b>371,3</b>	<b>Setuju</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui hasil kuesioner jawaban dari 98 responden tentang pernyataan yang diajukan pada setiap itemnya dari indikator peran dan status dengan jumlah skor rata-rata 378 dilihat dari rentang skala 333,2 – 411,5 berarti responden menjawab **Setuju** dan dikategorikan **Baik**.

Adapun hasil rekap jawaban responden terhadap 3 indikator Faktor Sosial dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.9**  
**Rekap Hasil Jawaban 3 Indikator Faktor Sosial**

No	Indikator	Skor rata-rata	Keterangan
1	Kelompok Referensi	357	Setuju
2	Keluarga	360,6	Setuju
3	Peran dan Status	371,3	Setuju
	<b>Rata-rata</b>	362,9	<b>Setuju</b>

Sumber: Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.9 diatas bahwa rata-rata skor 3 indikator faktor sosial yaitu 362,9. Dimana responden menempatkan indikator Peran dan Status sebagai yang tertinggi dengan skor 371,3 yaitu **Setuju** dan dikategorikan **Baik**. Sedangkan jawaban responden terendah adalah indikator Kelompok Referensi mendapat skor 357 yaitu **Setuju** dan dikategorikan **Baik**.

#### **4.1.3 Deskripsi variabel Faktor Pribadi (X2)**

Untuk lebih jelas mengenai variabel Faktor Pribadi berdasarkan 10 pernyataan dari kuesioner yang dibagikan berkaitan dengan 5 indikator Faktor Pribadi (Studi kasus mahasiswa dan mahasiswi Universitas Batanghari Jambi) dapat diuraikan sebagai berikut :

## 1. Umur dan Tahap Daur Hidup

**Tabel 4.10**  
**Hasil Penilaian Responden Terhadap Umur dan Tahap Daur Hidup**

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1	Ketika umur telah dewasa maka sudah perlu memiliki gelar sendiri seperti gelar sarjana, dan lain-lain.	-	8	20	42	28	384	Setuju
2	Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena telah memasuki tahap kehidupan berpendidikan tinggi dan mencari kerja.	-	13	27	47	11	350	Setuju
<b>Total</b>							<b>734</b>	
<b>Rata-rata</b>							<b>367</b>	<b>Setuju</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui hasil kuesioner jawaban dari 98 responden tentang pernyataan yang diajukan pada setiap itemnya dari indikator umur dan tahap daur hidup dengan jumlah skor rata-rata 367 dilihat dari rentang skala 333,2 – 411,5 berarti responden menjawab **Setuju** dan dikategorikan **Baik**.

## 2. Pekerjaan

**Tabel 4.11**  
**Hasil Penilaian Responden Terhadap Pekerjaan**

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
3	Saya Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena dapat mencerminkan jabatan saya.	-	10	26	37	25	371	Setuju
4	Saya Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena untuk menaikan jabatan saya.	-	8	28	41	21	369	Setuju
<b>Total</b>							<b>740</b>	
<b>Rata-rata</b>							<b>370</b>	<b>Setuju</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui hasil kuesioner jawaban dari 98 responden tentang pernyataan yang diajukan pada setiap itemnya dari indikator

pekerjaan dengan jumlah skor rata-rata 370 dilihat dari rentang skala 333,2 – 411,5 berarti responden menjawab **Setuju** dan dikategorikan **Baik**.

### 3. Situasi Ekonomi

**Tabel 4.12**  
**Hasil Penilaian Responden Terhadap Situasi Ekonomi**

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
5	Saya Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena sesuai dengan pendapatan keluarga saya.	-	5	25	45	23	380	Setuju
6	Saya Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena situasi ekonomi keluarga saya baik.	-	13	21	44	20	365	Setuju
<b>Total</b>							<b>745</b>	
<b>Rata-rata</b>							<b>372,5</b>	<b>Setuju</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui hasil kuesioner jawaban dari 98 responden tentang pernyataan yang diajukan pada setiap itemnya dari indikator situasi ekonomi dengan jumlah skor rata-rata 372,5 dilihat dari rentang skala 333,2 – 411,5 berarti responden menjawab **Setuju** dan dikategorikan **Baik**.

### 4. Gaya Hidup

**Tabel 4.13**  
**Hasil Penilaian Responden Terhadap Gaya Hidup**

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
7	Saya merasa percaya diri ketika Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.	-	12	25	41	20	363	Setuju
8	Saya Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena pengaruh dari gaya hidup lingkungan saya.	-	13	19	39	27	374	Setuju
<b>Total</b>							<b>737</b>	
<b>Rata-rata</b>							<b>368,5</b>	<b>Setuju</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui hasil kuesioner jawaban dari 98 responden tentang pernyataan yang diajukan pada setiap itemnya dari indikator gaya hidup dengan jumlah skor rata-rata 368,5 dilihat dari rentang skala 333,2 – 411,5 berarti responden menjawab **Setuju** dan dikategorikan **Baik**.

## 5. Kepribadian dan Konsep Diri

**Tabel 4.14**  
**Hasil Penilaian Responden Terhadap Kepribadian dan Konsep Diri**

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
9	Saya merasa percaya diri dengan Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena mencerminkan kepribadian saya.	-	8	32	45	13	357	Setuju
10	Saya Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena Universitasnya berakreditasi bagus, dan mampu membentuk akhlak dan moral pribadi saya.	-	12	17	49	20	371	Setuju
<b>Total</b>							<b>728</b>	
<b>Rata-rata</b>							<b>364</b>	<b>Setuju</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui hasil kuesioner jawaban dari 98 responden tentang pernyataan yang diajukan pada setiap itemnya dari indikator kepribadian dan konsep diri dengan jumlah skor rata-rata 364 dilihat dari rentang skala 333,2 – 411,5 berarti responden menjawab **Setuju** dan dikategorikan **Baik**.

Adapun hasil rekap jawaban responden terhadap 5 indikator Faktor Pribadi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.15**  
**Rekap Hasil Jawaban 5 Indikator Faktor Pribadi**

No	Indikator	Skor rata-rata	Keterangan
1	Umur dan Tahap Daur Hidup	367	Setuju
2	Pekerjaan	370	Setuju
3	Situasi Ekonomi	372,5	Setuju
4	Gaya Hidup	368,5	Setuju
5	Kepribadian dan Konsep Diri	364	Setuju
<b>Rata-rata</b>		<b>368,4</b>	<b>Setuju</b>

Sumber: Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.15 diatas bahwa rata-rata skor 5 indikator Faktor Pribadi yaitu 368,4. Dimana responden menempatkan indikator Situasi Ekonomi sebagai yang tertinggi dengan skor 372,5 yaitu **Setuju** dan dikategorikan **Baik**. Sedangkan jawaban responden terendah adalah Kepribadian dan Konsep Diri dengan skor 364 yaitu **Setuju** dan dikategorikan **Baik**.

#### 4.1.4 Deskripsi variabel Keputusan Kuliah (Y)

Untuk lebih jelas mengenai variabel Keputusan Pembelian berdasarkan 10 pernyataan dari kuesioner yang dibagikan berkaitan dengan 5 indikator Keputusan Kuliah (Studi kasus mahasiswa dan mahasiswi Universitas Batanghari Jambi) dapat diuraikan sebagai berikut :

##### 1. Pengenalan Kebutuhan

**Tabel 4.16**  
**Hasil Penilaian Responden Terhadap Pengenalan Kebutuhan**

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1	Dikarenakan pentingnya kebutuhan gelar sarjana dalam dunia kerja maka saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.	-	-	17	60	21	396	Setuju
2	Anda memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi untuk memenuhi kebutuhan pendidikan anda yang sangat penting.	-	-	23	44	31	400	Setuju
<b>Total</b>							<b>796</b>	
<b>Rata-rata</b>							<b>398</b>	<b>Setuju</b>

*Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2023*

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui hasil kuesioner jawaban dari 98 responden tentang pernyataan yang diajukan pada setiap itemnya dari indikator pengenalan kebutuhan dengan jumlah skor rata-rata 398 dilihat dari rentang skala 333,2 – 411,5 berarti responden menjawab **Setuju** dan dikategorikan **Tinggi**.

## 2. Pencarian Informasi

**Tabel 4.17**  
**Hasil Penilaian Responden Terhadap Pencarian Informasi**

No	Pertanyaan	STBS	TS	CS	S	SS	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
3	Saya tetap mencari informasi tentang Universitas lain walaupun telah mengenal Universitas Batanghari Jambi.	-	3	19	47	29	396	Setuju
4	Saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena mendapat informasi disini menghasilkan lulusan yang berkualitas, inovatif, kreatif dan memiliki daya saing tinggi.	-	2	20	46	30	398	Setuju
<b>Total</b>							<b>794</b>	
<b>Rata-rata</b>							<b>397</b>	<b>Setuju</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui hasil kuesioner jawaban dari 98 responden tentang pernyataan yang diajukan pada setiap itemnya dari indikator pencarian informasi dengan jumlah skor rata-rata 397 dilihat dari rentang skala 333,2 – 411,5 berarti responden menjawab **Setuju** dan dikategorikan **Tinggi**.

## 3. Evaluasi Alternatif

**Tabel 4.18**  
**Hasil Penilaian Responden Terhadap Evaluasi Alternatif**

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
5	Saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi ini karena telah melakukan evaluasi alternatif dengan Universitas lain.	-	4	15	46	33	402	Setuju
6	Alumminya terserap diberbagai bidang sehingga saya memilih Universitas Batanghari Jambi.	-	-	30	43	25	387	Setuju
<b>Total</b>							<b>789</b>	
<b>Rata-rata</b>							<b>394,5</b>	<b>Setuju</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.18 diketahui hasil kuesioner jawaban dari 98 responden tentang pernyataan yang diajukan pada setiap itemnya dari indikator evaluasi alternatif dengan jumlah skor rata-rata 394,5 dilihat dari rentang skala 333,2 – 411,5 berarti responden menjawab **Setuju** dan dikategorikan **Tinggi**.

#### 4. Keputusan Pembelian

**Tabel 4.19**  
**Hasil Penilaian Responden Terhadap Keputusan Pembelian**

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
7	Saya tertarik memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena lokasinya ditengah kota.	-	11	16	40	31	385	Setuju
8	Saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena lokasinya mudah dijangkau.	-	5	24	40	29	387	Setuju
<b>Total</b>							<b>772</b>	
<b>Rata-rata</b>							<b>386</b>	<b>Setuju</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.19 diketahui hasil kuesioner jawaban dari 98 responden tentang pernyataan yang diajukan pada setiap itemnya dari indikator keputusan pembelian dengan jumlah skor rata-rata 386 dilihat dari rentang skala 333,2 – 411,5 berarti responden menjawab **Setuju** dan dikategorikan **Tinggi**.

#### 5. Perilaku Pasca Pembelian

**Tabel 4.20**  
**Hasil Penilaian Responden Terhadap Perilaku Pasca Pembelian**

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
9	Saya puas memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi ini.	-	10	36	42	10	346	Setuju
10	Jika ada peluang saya ingin mempromosikan ke teman dan keluarga saya untuk memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.	-	-	26	49	23	389	Setuju
<b>Total</b>							<b>735</b>	
<b>Rata-rata</b>							<b>367,5</b>	<b>Setuju</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.20 diketahui hasil kuesioner jawaban dari 98 responden tentang pernyataan yang diajukan pada setiap itemnya dari indikator perilaku pasca pembelian dengan jumlah skor rata-rata 367,5 dilihat dari rentang skala 333,2–411,5 berarti responden menjawab **Setuju** dan dikategorikan **Tinggi**.

Adapun hasil rekap jawaban responden terhadap indikator Keputusan Kuliah dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.21**  
**Rekap Hasil Jawaban 5 Indikator Keputusan Kuliah**

No	Indikator	Skor rata-rata	Keterangan
1	Pengenalan Kebutuhan	398	Setuju
2	Pencarian Informasi	397	Setuju
3	Evaluasi Alternatif	394,5	Setuju
4	Jumlah Pembelian	386	Setuju
5	Perilaku Pasca Pembelian	367,5	Setuju
	<b>Rata-rata</b>	<b>388,6</b>	<b>Setuju</b>

Sumber: Data Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.21 diatas bahwa responden menempatkan indikator Pengenalan Kebutuhan tertinggi dengan skor 398 yaitu **Setuju** dan dikategorikan **Tinggi**. Sedangkan jawaban responden terendah adalah Perilaku Pasca Pembelian dengan skor 367,5 yaitu **Setuju** dan dikategorikan **Tinggi**, dan rata-rata skor dari indikator Keputusan Pembelian mendapat skor 388,6 yaitu **Setuju** dan dikategorikan **Tinggi**.

#### **4.1.5 Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap Keputusan Kuliah di Universitas Batanghari Jambi**

##### **4.1.5.1 Uji Asumsi Klasik**

Pengujian asumsi klasik adalah pengujian asumsi statistik yang harus dilakukan pada analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik dilakukan untuk

menguji asumsi yang ada dalam pemodelan regresi linear berganda sehingga data dapat dianalisa lebih lanjut tanpa menghasilkan data yang bias.

#### a. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain yang disusun menurut runtun waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi.

**Tabel 4.22**  
**Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,719 <sup>a</sup>	,518	,506	2,133	1,958

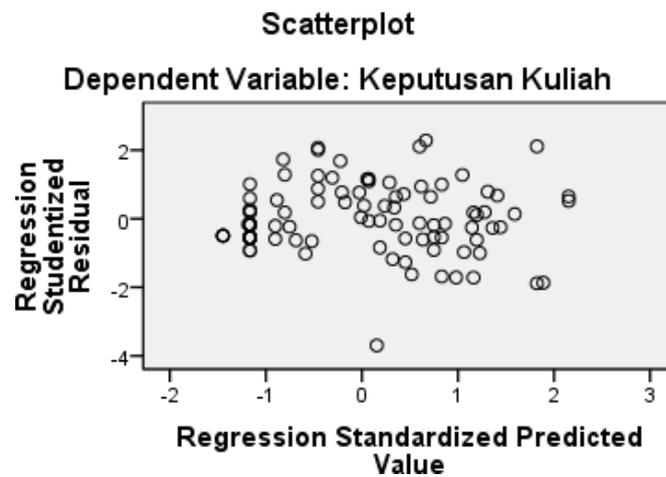
a. Predictors: (Constant), Faktor Pribadi, Faktor Sosial

b. Dependent Variable: Keputusan Kuliah

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ada korelasi antara keseluruhan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada  $t-1$  (sebelumnya). berdasarkan tabel diatas, ditemukan Durbin-Watson Test = 1,958. Maka dikatakan tidak terjadi autokorelasi

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang memenuhi syarat adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu ke pengamatan lain tetap atau disebut homokedastisitas.



Grafik diatas adalah grafik Scatterplot yang ditampilkan untuk uji heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa titik-titik data tidak membentuk pola tertentu dan data menyebar diatas angka 0 pada sumbu Y. maka dari itu dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas artinya model regresi ini sudah baik.

**c. Uji Multikolonieritas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel terikatnya menjadi terganggu.

**Tabel 4.23**  
**Uji multikolinieritas**

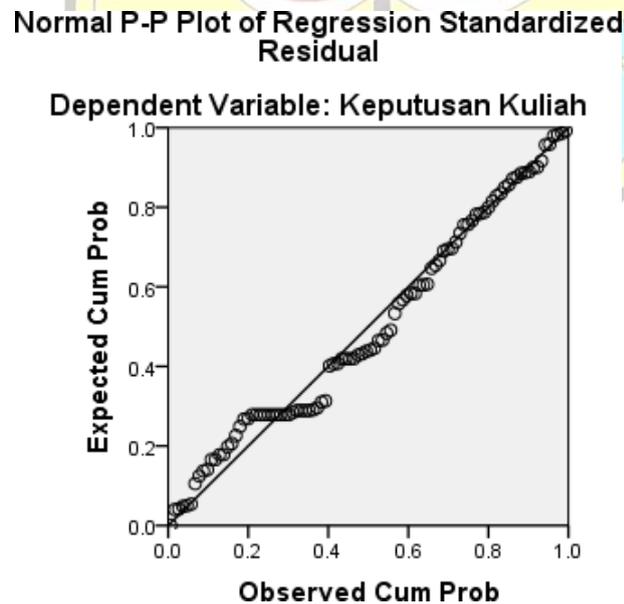
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	,489	,781				
Faktor Sosial	,309	,065	,378	4,696	,002	,522	1,012
Faktor Pribadi	,412	,074	,583	5,540	,000	,507	1,973

a. Dependent Variable: Keputusan Kuliah

Berdasarkan hasil diatas dapat dilihat pada output *coefficient* model, dikatakan bahwa nilai *tolerance* variabel Faktor Sosial (X1) yakni 0,522 lebih besar dari 0,1. Sementara itu, nilai VIF variabel Faktor Sosial (X1) yakni 1,012 lebih kecil dari 10. Maka variabel Faktor Sosial (X1) dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. Kemudian nilai *tolerance* variabel Faktor Pribadi (X2) yakni 0,507 lebih besar dari 0,1. Sementara itu, nilai VIF variabel Faktor Pribadi (X2) yakni 1,973 lebih kecil dari 10. Maka variabel Faktor Pribadi (X2) dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

#### d. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah emiliki nilai residual yang terdistribusi normal.



Grafik diatas menunjukkan bahwa grafik normal P-P of *regression standardized residual* menggambarkan penyebarana ada disekitar garis diagonal

dan penyebaran mengikuti arah diagonal grafik tersebut, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

#### 4.1.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap Keputusan Kuliah di Universitas Batanghari Jambi (Studi kasus mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi, FKIP, Pertanian, Hukum, dan Teknik Universitas Batanghari Jambi), berdasarkan perhitungan SPSS 22 dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 4.24**  
**Analisis regresi linear berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,489	,781		3,614	,001		
Faktor Sosial	,309	,065	,378	4,696	,002	,522	1,012
Faktor Pribadi	,412	,074	,583	5,540	,000	,507	1,973

a. Dependent Variable: Keputusan Kuliah

Persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = 0,489 + 0,309X_1 + 0,412X_2$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diketahui nilai constant sebesar 0,489 memberikan arti bahwa jika variabel Faktor Sosial (X1) dan Faktor Pribadi (X2) bernilai 0, maka variabel Keputusan Kuliah (Y) bernilai 0,489. Selanjutnya dengan persamaan regresi linear berganda diatas, terdapat nilai koefisien regresi variabel Faktor Sosial (X1) yang bernilai positif yaitu sebesar 0,309 artinya jika Faktor Sosial (X1) mengalami kenaikan 1 maka berdampak pada Keputusan Kuliah mengalami kenaikan sebesar 0,309. Koefisien regresi Faktor Pribadi (X2),

sebesar 0,412 artinya jika Faktor Pribadi (X2) meningkat 1 maka akan berdampak pada Keputusan Kuliah mengalami peningkatan sebesar 0,412.

Dilihat dari persamaan regresi linear berganda diatas dapat dijelaskan bahwa variabel Faktor Sosial (X1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Kuliah sebesar 0,309 dan variabel Faktor Pribadi (X2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Kuliah sebesar 0,412.

#### 4.1.5.3 Koefisien Korelasi dan Determinasi

Menurut Supardi (2013:220) Persamaan regresi yang diperoleh dalam suatu proses perhitungan tidak selalu untuk mengestimasi nilai variabel terikat (Y), sehingga diperlukan perhitungan koefisien determinasi. Koefisien determinasi disimbolkan dengan R<sup>2</sup> ini adalah sebuah besaran yang mengukur ketepatan garis regresi. Maksimum nilai R<sup>2</sup> adalah 100% dan minimal nilai 0, jika R<sup>2</sup> kecil maka keeratan hubungan antara X dan Y kuat dan jika R<sup>2</sup> = 0 menunjukkan bahwa X tidak memiliki hubungan dengan Y. Model umum persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Dimana R<sup>2</sup> = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

**Tabel 4.25**  
**Korelasi dan Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,719 <sup>a</sup>	,518	,506	2,133	1,958

a. Predictors: (Constant), Faktor Pribadi, Faktor Sosial

b. Dependent Variable: Keputusan Kuliah

Koefisien korelasi antara variabel Faktor Sosial (X1) dan Faktor Pribadi (X2) terhadap Keputusan Kuliah (Y) adalah 0,719 artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel Faktor Sosial (X1) dan Faktor Pribadi (X2) terhadap Keputusan Kuliah (Y).

Dari hasil pengujian SPSS maka diperoleh nilai koefisien determinasi =R square ( $R^2$ ) sebesar 0,518 angka ini menyatakan bahwa variabel Faktor Sosial (X1) dan Faktor Pribadi (X2) mampu menjelaskan variabel Keputusan Kuliah (Y) sebesar 51,8% dan sisanya sebesar 48,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini seperti, Promosi, Gaya Hidup, Kualitas Pelayanan dll.

#### 4.1.5.4 Pengujian Hipotesis

##### a. Uji signifikan Simultan (Uji F)

Pengujian ini dimaksudkan untuk melihat apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam metode mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

**Tabel 4.26**  
**Uji F hitung**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	419,788	2	209,894	46,142	,000 <sup>b</sup>
	Residual	391,200	96	4,549		
	Total	810,989	98			

a. Dependent Variable: Keputusan Kuliah

b. Predictors: (Constant), Faktor Pribadi, Faktor Sosial

Hasil hipotesis SPSS 22 dapat dilihat sebagai berikut :

Pengujian secara simultan X1 dan X2 terhadap Y dari tabel diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 46,142. Nilai  $F_{hitung}$  46,142 >  $F_{tabel}$  3,09 dengan tingkat signifikan

dibawah 0,05 yaitu 0,000. Berdasarkan cara pengambilan keputusan uji simultan dalam analisis regresi dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima, berarti variabel Faktor Sosial (X1) dan Faktor Pribadi (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Kuliah (Y).

**b. Uji signifikan Parsial (Uji t Parsial)**

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah secara individu parsial variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan atau tidak. Hasil output SPSS 22 dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.27**  
**Uji t parsial**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,489	,781		3,614	,001		
Faktor Sosial	,309	,065	,378	4,696	,002	,522	1,012
Faktor Pribadi	,412	,074	,583	5,540	,000	,507	1,973

a. Dependent Variable: Keputusan Kuliah

Hasil uji t diatas adalah sebagai berikut :

Nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Faktor Sosial (X1) adalah 4,696 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena nilai  $t_{hitung}$  4,696 > nilai  $t_{tabel}$  1,66055 dan tingkat signifikan 0,000 < probabilitas signifikan  $\alpha = 0,05$  maka  $H_a$  diterima. Sedangkan nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Faktor Pribadi (X2) 5,540 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena nilai  $t_{hitung}$  5,540 >  $t_{tabel}$  1,66055 dan tingkat signifikan 0,000 < probabilitas signifikan  $\alpha = 0,05$  maka  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa variabel Faktor Sosial (X1) dan Faktor Pribadi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Kuliah (Y).

## 4.2. Analisis dan Pembahasan

### 4.2.1 Analisis Faktor Sosial terhadap Universitas Batanghari Jambi

Adapun hasil rekap jawaban responden secara keseluruhan berdasarkan urutan prioritas terhadap Faktor Sosial pada Universitas Batanghari Jambi dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 4.28**  
**Hasil Rekapian Jawaban Responden Terhadap 3 Indikator Faktor Sosial**

No	Indikator	Skor	Ket
<b>Indikator Kelompok Referensi</b>			
1.	Saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena rekomendasi dari orang-orang di kelompok atau organisasi yang sama dengan saya.	356	Setuju
2.	Saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena saran dari teman saya.	355	Setuju
3.	Menurut saya masukan dari para ahli seperti guru mempengaruhi keputusan saya dalam memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.	360	Setuju
	<b>Skor rata-rata</b>	<b>357</b>	<b>Setuju</b>
<b>Indikator Keluarga</b>			
4.	Orang tua saya sangat berpengaruh dalam memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.	354	Setuju
5.	Saudara saya berpengaruh dalam memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.	358	Setuju
6.	Sebelum memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi saya meminta pendapat keluarga.	370	Setuju
	<b>Skor rata-rata</b>	<b>360,6</b>	<b>Setuju</b>
<b>Indikator Peran dan Status</b>			
7.	Saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena dekat dengan tempat tinggal saya.	372	Setuju
8.	Anda memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena status sosial saya dalam masyarakat.	377	Setuju
9.	Karena aktifitas yang padat saya memilih berkuliah di Universitas Batanghari Jambi karena ada kelas khusus bagi pekerja.	365	Setuju
	<b>Skor rata-rata</b>	<b>371,3</b>	<b>Setuju</b>
	<b>Total</b>	<b>1.088,9</b>	
	<b>Rata-Rata</b>	<b>362,9</b>	<b>Setuju</b>

*Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2023*

Berdasarkan tabel 4.28 diatas diketahui rata-rata skor jawaban sebesar 362,9. Jawaban konsumen tertinggi yaitu berkaitan dengan Anda memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena status sosial saya dalam masyarakat yaitu

sebesar 377. Sedangkan jawaban konsumen terendah yaitu berkaitan dengan Orang tua saya sangat berpengaruh dalam memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi yaitu sebesar 354.

#### 4.2.2 Analisis Faktor Pribadi terhadap Universitas Batanghari Jambi

Adapun hasil rekap jawaban responden secara keseluruhan berdasarkan urutan prioritas terhadap Faktor Pribadi pada Universitas Batanghari Jambi dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 4.29**  
**Hasil Rekap Jawaban Responden Terhadap 5 Indikator Faktor Pribadi**

No	Indikator	Skor	Ket
<b>Indikator Umur dan Tahap Daur Hidup</b>			
1.	Ketika umur telah dewasa maka sudah perlu memiliki gelar sendiri seperti gelar sarjana, dan lain-lain.	384	Setuju
2.	Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena telah memasuki tahap kehidupan berpendidikan tinggi dan mencari kerja.	350	Setuju
	<b>Skor rata-rata</b>	<b>367</b>	<b>Setuju</b>
<b>Indikator Pekerjaan</b>			
3.	Saya Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena dapat mencerminkan jabatan saya.	371	Setuju
4.	Saya Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena untuk menaikan jabatan saya.	369	Setuju
	<b>Skor rata-rata</b>	<b>370</b>	<b>Setuju</b>
<b>Indikator Situasi Ekonomi</b>			
5.	Saya Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena sesuai dengan pendapatan keluarga saya.	380	Setuju
6.	Saya Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena situasi ekonomi keluarga saya baik.	365	Setuju
	<b>Skor rata-rata</b>	<b>372,5</b>	<b>Setuju</b>
<b>Indikator Gaya Hidup</b>			
7.	Saya merasa percaya diri ketika Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.	363	Setuju
8.	Saya Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena pengaruh dari gaya hidup lingkungan saya.	374	Setuju
	<b>Skor rata-rata</b>	<b>368,5</b>	<b>Setuju</b>
<b>Indikator Kepribadian dan Konsep Diri</b>			
9.	Saya merasa percaya diri dengan Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena	357	Setuju

	mencerminkan kepribadian saya.		
10.	Saya Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena Universitasnya berakreditasi bagus, dan mampu membentuk akhlak dan moral pribadi saya.	371	Setuju
	<b>Skor rata-rata</b>	<b>364</b>	<b>Setuju</b>
	<b>Total</b>	<b>1.842</b>	
	<b>Rata-Rata</b>	<b>368,4</b>	<b>Setuju</b>

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.29 diatas diketahui rata-rata skor jawaban sebesar 368,4. Jawaban konsumen tertinggi yaitu berkaitan dengan Ketika umur telah dewasa maka sudah perlu memiliki gelar sendiri seperti gelar sarjana, dan lain-lain yaitu sebesar 384. Sedangkan jawaban konsumen terendah yaitu berkaitan dengan Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena telah memasuki tahap kehidupan berpendidikan tinggi dan mencari kerja yaitu sebesar 350.

#### 4.2.3 Analisis Keputusan Kuliah terhadap Universitas Batanghari Jambi

Adapun hasil rekap jawaban responden secara keseluruhan berdasarkan urutan prioritas terhadap Keputusan Kuliah pada Universitas Batanghari Jambi dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 4.30**

#### **Hasil Rekap Jawaban Responden Terhadap 5 Indikator Keputusan Kuliah**

No	Indikator	Skor	Ket
<b>Indikator Pengenalan Kebutuhan</b>			
1.	Dikarenakan pentingnya kebutuhan gelar sarjana dalam dunia kerja maka saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.	396	Setuju
2.	Anda memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi untuk memenuhi kebutuhan pendidikan anda yang sangat penting.	400	Setuju
	<b>Skor rata-rata</b>	<b>398</b>	<b>Setuju</b>
<b>Indikator Pencarian Informasi</b>			
3.	Saya tetap mencari informasi tentang Universitas lain walaupun telah mengenal Universitas Batanghari Jambi.	396	Setuju
4.	Saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena mendapat informasi disini	398	Setuju

	menghasilkan lulusan yang berkualitas, inovatif, kreatif dan memiliki daya saing tinggi.		
	<b>Skor rata-rata</b>	<b>397</b>	<b>Setuju</b>
<b>Indikator Evaluasi Alternatif</b>			
5.	Saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi ini karena telah melakukan evaluasi alternatif dengan Universitas lain.	402	Setuju
6.	Alumninya terserap diberbagai bidang sehingga saya memilih Universitas Batanghari Jambi.	387	Setuju
	<b>Skor rata-rata</b>	<b>394,5</b>	<b>Setuju</b>
<b>Indikator Keputusan Pembelian</b>			
7.	Saya tertarik memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena lokasinya ditengah kota.	385	Setuju
8.	Saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena lokasinya mudah dijangkau.	387	Setuju
	<b>Skor rata-rata</b>	<b>386</b>	<b>Setuju</b>
<b>Indikator Perilaku Pasca Pembelian</b>			
9.	Saya puas memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi ini.	346	Setuju
10.	Jika ada peluang saya ingin mempromosikan ke teman dan keluarga saya untuk memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.	389	Setuju
	<b>Skor rata-rata</b>	<b>367,5</b>	<b>Setuju</b>
	<b>Total</b>	<b>1.943</b>	
	<b>Rata-Rata</b>	<b>388,6</b>	<b>Setuju</b>

*Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2023*

Berdasarkan tabel 4.30 diatas diketahui rata-rata skor jawaban sebesar 388,6. Jawaban konsumen tertinggi yaitu berkaitan dengan Saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi ini karena telah melakukan evaluasi alternatif dengan Universitas lain yaitu sebesar 402. Sedangkan jawaban konsumen terendah yaitu berkaitan dengan Saya puas memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi ini yaitu sebesar 346.

#### **4.2.4 Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap Keputusan Kuliah di Universitas Batnghari Jambi**

Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan Faktor Sosial dan Pribadi terhadap Keputusan Kuliah di Universitas Batanghari

Jambi dan untuk menganalisis Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi terhadap Keputusan Kuliah di Universitas Batanghari Jambi secara simultan dan secara parsial, maka dibahas hal-hal sebagai berikut.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan pula bahwa Faktor Sosial dan Faktor Pribadi secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Kuliah di Universitas Batanghari Jambi. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $46,142 > F_{tabel}$  3,09 dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,000 maka  $H_a$  diterima.

Berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Faktor Sosial (X1) adalah 4,696 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena nilai  $t_{hitung}$   $4,696 >$  nilai  $t_{tabel}$  1,66055 dan tingkat signifikan  $0,000 <$  probabilitas signifikan  $\alpha = 0,05$  maka  $H_a$  diterima. Sedangkan nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Faktor Pribadi (X2) 5,540 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena nilai  $t_{hitung}$   $5,540 >$   $t_{tabel}$  1,66055 dan tingkat signifikan  $0,000 <$  probabilitas signifikan  $\alpha = 0,05$  maka  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa variabel Faktor Sosial (X1) dan Faktor Pribadi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Kuliah (Y).

Berdasarkan hasil regresi linear berganda, maka diperoleh kesimpulan bahwa Faktor Sosial dan Faktor Pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Kuliah di Universitas Batanghari Jambi.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Bedasarkan data yang diperoleh dan hasil pengujian/analisis yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diberikan dalam penelitian ini berdasarkan tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Dimana Faktor Sosial nilai rata-rata 362,9 artinya Faktor Sosial pada Universitas Batanghari Jambi Setuju dan dikategorikan Baik. Faktor Pribadi nilai rata-rata 368,4 artinya Faktor Pribadi pada Universitas Batanghari Jambi Setuju dan dikategorikan Baik. Keputusan Pembelian nilai rata-rata 388,6 artinya keputusan pembelian pada Universitas Batanghari Jambi Setuju dan dikategorikan Tinggi.
2. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan pula bahwa Faktor Sosial dan Faktor Pribadi secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Kuliah di Universitas Batanghari Jambi. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $46,142 > F_{tabel}$  3,09 dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,000 maka  $H_a$  diterima.
3. Berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Faktor Sosial (X1) adalah 4,696 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena nilai  $t_{hitung}$  4,696 > nilai  $t_{tabel}$  1,66055 dan tingkat signifikan  $0,000 < probabilitas$  signifikan  $\alpha = 0,05$  maka  $H_a$  diterima. Sedangkan nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Faktor Pribadi (X2) 5,540 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena nilai  $t_{hitung}$  5,540 >  $t_{tabel}$  1,66055 dan tingkat signifikan  $0,000 < probabilitas$  signifikan  $\alpha = 0,05$

maka  $H_0$  diterima. Hal ini berarti bahwa variabel Faktor Sosial (X1) dan Faktor Pribadi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Kuliah (Y). Berdasarkan hasil regresi linear berganda, maka diperoleh kesimpulan bahwa Faktor Sosial dan Faktor Pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian diatas dimana penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Variabel Faktor Sosial (X1) berdasarkan indikator Keluarga dimana jawaban konsumen yang terendah ialah Orang tua saya sangat tidak berpengaruh dalam memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi. Maka disarankan kepada pihak Universitas khususnya dapat lebih berfokus pada gaya pengambilan keputusan *dependent* untuk meningkatkan jumlah mahasiswa Universitas Batanghari Jambi. Yaitu Pada gaya pengambilan keputusan *dependent*, Universitas dapat memberikan arahan kepada staf untuk selalu meyakinkan orang-orang terdekat mahasiswa seperti misalnya orang tua, kakak kelas, sahabat atau guru yang biasanya akan mengarahkan seseorang untuk mengambil jurusan yang tepat dengan memberikan nilai-nilai lebih di program studi tersebut sehingga seseorang dengan gaya pengambilan keputusan *dependent* dapat menerima saran tersebut.

2. Variabel Faktor Pribadi (X2) berdasarkan indikator Umur dan Tahap Daur Hidup dimana jawaban konsumen yang terendah ialah Tidak Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena telah memasuki tahap kehidupan berpendidikan tinggi dan mencari kerja. Maka dari itu disarankan kepada pihak Universitas khususnya untuk menarik mahasiswa dapat dilakukan dengan menekan biaya kuliah, memberikan fasilitas Universitas yang dapat menunjang perkuliahan, dan memperbanyak dosen-dosen yang berkualitas.
3. Variabel Keputusan Kuliah (Y) berdasarkan indikator Perilaku Pasca Pembelian dimana jawaban konsumen yang terendah ialah Saya tidak puas memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi ini. Maka disarankan kepada pihak Universitas khususnya dapat lebih berfokus pada meningkatkan jumlah mahasiswa dengan memberikan promosi-promosi yang menarik ketika hendak penerimaan mahasiswa baru di Universitas Batanghari Jambi.
4. Untuk Universitas Batanghari Jambi disarankan agar memberikan fasilitas yang lebih menarik lagi.
5. Untuk peneliti lain disarankan agar meneliti faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan kuliah seperti, Faktor Psikologis, Faktor Budaya dll.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rusydi. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta. Bandung.
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Asnawi, Tety. 2011. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Citrabooks Indonesia. Palembang.
- Assauri, Sofjan. 2013, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 1, PT Rajagrafindo, Jakarta.
- Effendi, Usman. 2014. *Asas—Asas Manajemen*. Depok : Katalog Dalam Terbitan (KDT)
- Hurriyati, Ratih. 2020. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta).
- Husein, Umar. 2011, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi II*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012, *Manajemen Pemasaran* Edisi 12. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2013, *Dasar-Dasar Pemasaran* Edisi Kesembilan. Jilid 1. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2016, *Bauran Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Philip. 2019, *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip, 2010, *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama. Andi Ofset Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, 2013. *Manajemen Pemasaran*. PT. Rajawali Grafindo Persada, Jakarta. \_\_\_\_\_, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas Jilid 1, Indeks, Jakarta.

- Mangkunegara Prabu, Anwar. 2010. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. PT. Refika Aditama. Bandung.
- Peter, J Paul dan Olson, J,C. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen* :ALFABETA,CV. Bandung.
- Said Syekh. 2011.*Pengantar Statistik Ekonomi dan Sosial*, Gaung Persada, Jakarta Sumber Gambar : <http://www.dreamstime.com/>
- Sarwono, Jonathan. 2012. *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta : Elex Media Koputindo.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. 2012. *Consumer Behavior*. USA : New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Setiadi J Nugroho. 2013. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Sumarwan, Ujang. 2020, *Perilaku Konsumen* : GHALIA INDONESIA. Bogor.
- Sunyoto, Danang, 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku*. Yogyakarta : CAPS.
- Supardi. 2013. *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian Konsep Statistika yang Lebih Komprehensif*. Jkarta : Change Publication.

**LAMPIRAN**  
**KUESIONER PENELITIAN**

**Kepada:**

**Yth: Bapak/Ibu/Saudara/i**

**Di Tempat**

Saya adalah Mahasiswa Universitas Batanghari Jambi yang saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap Keputusan Kuliah di Universitas Batanghari Jambi”. Penelitian ini merupakan syarat untuk kelulusan dijenjang pendidikan Strata Satu (S1).

Adapun identitas saya adalah sebagai berikut:

Nama : Theresia Kausar Gultom

Nim 1900861201247

Judul :” Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap Keputusan Kuliah di Universitas Batanghari Jambi”

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon bantuan kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bersedia mengisi kuesioner sesuai dengan pernyataan-pernyataan yang tertera berikut ini. Bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i sangat saya harapkan demi terselesaikannya penelitian ini. Jawaban dan identitas responden akan terjamin kerahasiaannya.

Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, dengan rendah hati saya ucapkan terima kasih.

Peneliti

Theresia Kausar Gultom

## DAFTAR PERTANYAAN

### Karakteristik Responden

Mohon diisi semua pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda (√) pada jawaban yang paling sesuai.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :  Pria  Wanita
3. Umur :  17-20 Tahun  25-29 Tahun  
 21-24 Tahun  30-35 Tahun  
 >35 Tahun
4. Status Mahasiswa/i :  Bekerja  Tidak Bekerja
5. Penghasilan Orang Tua :  < 3 Juta  3-5 Juta  
 5-7 Juta  >7 Juta
6. Penerima Beasiswa :  Ya  Tidak

Isilah tanda centeng (√) pada jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i anggap paling cocok. (satu jawaban saja)

### Keterangan :

- STS** : Sangat Tidak Setuju  
**TS** : Tidak Setuju  
**CS** : Cukup Setuju  
**S** : Setuju  
**SS** : Sangat Setuju

**ITEM PERNYATAAN :**

**Faktor Sosial (X1) :**

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
	<b>Kelompok Referensi</b>					
1.	Saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena rekomendasi dari orang-orang di kelompok atau organisasi yang sama dengan saya.					
2.	Saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena saran dari teman saya.					
3.	Menurut saya masukan dari para ahli seperti guru mempengaruhi keputusan saya dalam memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.					
	<b>Keluarga</b>					
4.	Orang tua saya sangat berpengaruh dalam memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.					
5.	Saudara saya berpengaruh dalam memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.					
6.	Sebelum memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi saya meminta pendapat keluarga.					
	<b>Peran dan Status</b>					
7.	Saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena dekat dengan tempat tinggal saya.					
8.	Anda memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena status sosial saya dalam masyarakat.					
9.	Karena aktifitas yang padat saya memilih berkuliah di Universitas Batanghari Jambi karena ada kelas khusus bagi pekerja.					

**Pribadi (X2) :**

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	<b>Umur dan Tahap Daur Hidup</b> Ketika umur telah dewasa maka sudah perlu memiliki gelar sendiri seperti gelar sarjana, dan lain-lain.					
2.	Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena telah memasuki tahap kehidupan berpendidikan tinggi dan mencari kerja.					
3.	<b>Pekerjaan</b> Saya Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena dapat mencerminkan jabatan saya.					
4.	Saya Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena untuk menaikan jabatan saya.					
5.	<b>Situasi Ekonomi</b> Saya Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena sesuai dengan pendapatan keluarga saya.					
6.	Saya Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena situasi ekonomi keluarga saya baik.					
7.	<b>Gaya Hidup</b> Saya merasa percaya diri ketika Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.					
8.	Saya Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena pengaruh dari gaya hidup lingkungan saya.					
9.	<b>Kepribadian dan Konsep Diri</b> Saya merasa percaya diri dengan Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena mencerminkan kepribadian saya.					
10.	Saya Memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena Universitasnya berakreditasi bagus, dan mampu membentuk akhlak dan moral pribadi saya.					

**Keputusan Pembelian Konsumen (Y) :**

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
	<b>Pengenalan Kebutuhan</b>					
1.	Dikarenakan pentingnya kebutuhan gelar sarjana dalam dunia kerja maka saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.					
2.	Anda memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi untuk memenuhi kebutuhan pendidikan anda yang sangat penting.					
	<b>Pencarian Informasi</b>					
3.	Saya tetap mencari informasi tentang Universitas lain walaupun telah mengenal Universitas Batanghari Jambi.					
4.	Saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena mendapat informasi disini menghasilkan lulusan yang berkualitas, inovatif, kreatif dan memiliki daya saing tinggi.					
	<b>Evaluasi Alternatif</b>					
5.	Saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi ini karena telah melakukan evaluasi alternatif dengan Universitas lain.					
6.	Alumninya terserap diberbagai bidang sehingga saya memilih Universitas Batanghari Jambi.					
	<b>Keputusan Pembelian</b>					
7.	Saya tertarik memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena lokasinya ditengah kota.					
8.	Saya memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi karena lokasinya mudah dijangkau.					
	<b>Perilaku Pasca Pembelian</b>					
9.	Saya puas memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi ini.					
10.	Jika ada peluang saya ingin mempromosikan ke teman dan keluarga saya untuk memutuskan kuliah di Universitas Batanghari Jambi.					

### Tabulasi Data Ordinal

No	FAKTOR SOSIAL (X1)									Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	
1	2	2	4	5	4	5	4	5	3	34
2	4	2	4	2	5	2	2	4	3	28
3	2	4	2	2	3	5	5	2	5	30
4	4	2	3	3	2	2	2	3	3	24
5	2	4	2	2	3	5	2	2	3	25
6	4	2	3	2	2	2	5	3	3	26
7	2	4	2	3	3	4	2	2	5	27
8	2	5	2	2	3	3	2	2	3	24
9	2	5	3	3	3	3	2	3	3	27
10	4	4	2	2	3	3	5	3	3	29
11	2	4	3	3	3	3	2	2	3	25
12	4	2	2	3	3	4	5	3	5	31
13	4	4	3	3	2	3	2	3	3	27
14	4	4	3	2	3	3	5	4	3	31
15	2	4	3	3	3	3	3	3	3	27
16	4	2	2	3	3	3	3	3	3	26
17	4	4	3	3	3	3	3	2	3	28
18	4	4	3	3	3	4	4	3	3	31
19	2	4	3	3	3	3	3	3	5	29
20	4	2	3	3	3	3	3	3	3	27
21	4	4	2	3	2	3	4	3	3	28
22	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
23	4	3	3	4	3	3	3	4	3	30
24	3	4	3	3	3	3	4	3	3	29
25	4	4	3	3	4	4	3	4	3	32
26	4	3	4	3	3	3	4	3	3	30
27	3	4	3	3	3	3	3	3	3	28
28	4	3	3	4	3	3	3	4	3	30
29	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
30	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
31	3	3	4	3	3	3	3	4	3	29
32	3	3	3	4	3	3	3	3	5	30
33	3	4	3	3	3	3	4	3	5	31
34	4	3	3	3	4	3	3	4	3	30
35	3	3	3	3	3	3	3	3	5	29

36	3	3	3	3	3	4	4	3	5	31
37	4	3	4	3	3	3	3	3	3	29
38	3	4	3	3	3	4	4	4	4	32
39	3	3	3	4	4	3	4	3	4	31
40	3	3	3	4	3	3	3	4	3	29
41	3	4	3	3	3	4	4	4	5	33
42	3	3	3	4	4	4	3	3	5	32
43	3	3	3	4	3	3	4	4	5	32
44	3	5	3	3	3	4	4	4	3	32
45	3	3	3	4	3	4	4	3	5	32
46	3	3	3	4	3	4	4	4	5	33
47	3	5	3	4	4	3	4	4	5	35
48	3	3	3	4	4	4	4	3	5	33
49	3	3	3	4	3	4	4	4	4	32
50	3	3	4	4	4	4	4	4	5	35
51	3	5	4	4	4	4	4	4	5	37
52	3	3	3	4	3	4	4	4	4	32
53	3	3	4	4	4	4	4	4	5	35
54	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
55	3	3	3	4	4	4	3	4	4	32
56	3	3	4	4	4	3	4	4	4	33
57	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
58	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
59	3	3	4	4	4	4	3	4	4	33
60	3	3	3	4	4	4	4	4	5	34
61	5	5	4	4	3	4	4	4	4	37
62	5	3	4	4	4	4	4	4	4	36
63	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
64	5	5	4	4	4	4	4	3	4	37
65	5	3	4	4	4	3	4	4	5	36
66	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
67	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
68	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
69	5	3	4	4	4	4	4	4	4	36
70	5	5	4	4	3	3	4	4	4	36
71	5	5	4	3	4	4	4	4	4	37
72	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
73	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
74	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38

75	5	5	5	4	4	4	4	3	4	38
76	5	5	4	4	4	4	4	4	5	39
77	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
78	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
79	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
80	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
81	5	5	4	4	4	4	2	4	5	37
82	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
83	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
84	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
85	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
86	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
87	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
88	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
89	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
90	5	5	4	4	4	4	4	2	4	36
91	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
92	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
93	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
94	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
95	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
96	2	4	2	3	3	4	2	2	3	25
97	2	5	2	2	3	3	2	2	5	26
98	2	5	3	3	3	3	2	3	3	27

No	FAKTOR PRIBADI (X2)										
Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total
1	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	33
2	3	4	4	2	2	5	2	2	2	4	24
3	5	5	4	4	2	3	5	5	5	4	33
4	3	4	4	5	3	4	2	2	2	3	27
5	3	2	2	2	2	3	5	2	2	4	21
6	2	5	4	4	2	4	2	5	5	3	28
7	5	4	2	5	3	3	4	2	2	4	28
8	3	2	4	2	2	3	3	2	2	4	21
9	2	4	2	4	3	3	3	2	2	3	23
10	3	5	4	4	2	3	3	5	5	3	29
11	3	2	2	2	3	3	3	2	2	4	20
12	5	4	4	2	3	3	4	5	5	3	30
13	2	2	5	4	3	4	3	2	2	3	25
14	3	4	4	2	2	3	3	5	5	4	26
15	3	2	4	4	3	3	3	3	3	2	25
16	2	4	5	4	3	3	3	3	3	3	27
17	3	4	4	5	3	3	3	3	3	4	28
18	3	4	4	4	3	3	4	4	4	2	29
19	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	29
20	3	4	5	4	3	3	3	3	3	2	28
21	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	29
22	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	27
23	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	28
24	3	4	5	5	3	3	3	4	4	3	30
25	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	29
26	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	28
27	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	27
28	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	28
29	3	5	5	4	3	3	3	3	3	2	29
30	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	27
31	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	27
32	5	2	4	4	4	3	3	3	3	3	28
33	5	4	4	4	3	3	3	4	4	2	30
34	3	4	5	4	3	4	3	3	3	4	29
35	5	2	4	4	3	3	3	3	3	3	27
36	5	4	4	4	3	3	4	4	4	2	31
37	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	27

38	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	30
39	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	32
40	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	28
41	5	4	3	4	3	3	4	4	4	4	30
42	5	4	4	5	4	4	4	3	3	3	33
43	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	30
44	3	5	5	5	3	3	4	4	4	4	32
45	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	33
46	5	3	4	5	4	3	4	4	4	4	32
47	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	34
48	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	34
49	4	2	4	5	4	3	4	4	4	4	30
50	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	34
51	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	34
52	4	2	5	4	4	3	4	4	4	2	30
53	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	34
54	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	32
55	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	29
56	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	31
57	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	35
58	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	33
59	4	5	5	5	4	4	4	3	3	4	34
60	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	32
61	4	5	3	5	4	3	4	4	4	4	32
62	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	33
63	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	31
64	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	29
65	5	2	4	3	4	4	3	4	4	4	29
66	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	29
67	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	31
68	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	28
69	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	31
70	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	28
71	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	25
72	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	29
73	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	29
74	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	33
75	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	29
76	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	30

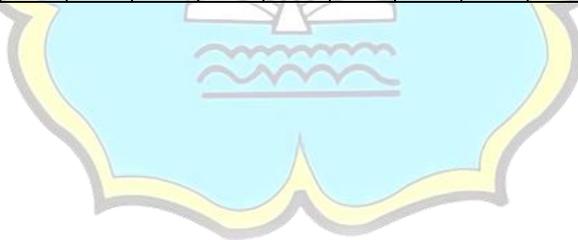
77	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	29
78	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	29
79	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	29
80	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	29
81	5	3	3	3	4	4	4	2	2	3	28
82	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	31
83	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	29
84	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	29
85	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	29
86	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	29
87	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	29
88	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	29
89	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	31
90	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	29
91	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	29
92	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	29
93	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	29
94	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	29
95	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	29
96	3	4	4	4	3	3	4	2	2	4	27
97	5	5	4	4	2	3	3	2	5	2	28
98	3	4	4	5	3	3	3	2	2	3	27



No	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)										
Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total
1	4	4	3	4	4	4	2	2	4	5	36
2	5	5	3	4	4	4	3	5	5	3	41
3	5	5	5	5	4	4	3	5	3	5	44
4	3	3	3	2	2	5	2	5	2	3	30
5	5	5	2	4	4	4	3	4	3	5	39
6	3	5	3	5	4	4	5	5	2	3	39
7	5	5	5	2	2	5	3	5	3	4	39
8	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	32
9	5	5	3	4	4	4	2	5	3	3	38
10	5	5	2	5	4	4	3	2	3	3	36
11	5	5	3	2	2	5	3	4	3	3	35
12	5	5	5	4	4	4	2	5	3	4	41
13	5	5	2	2	5	4	3	5	2	3	36
14	5	5	3	4	4	5	2	4	3	3	38
15	3	5	3	4	2	4	3	5	3	3	35
16	5	3	2	4	5	4	2	5	3	3	36
17	5	5	3	2	4	5	5	2	3	3	37
18	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	35
19	5	3	2	4	2	4	3	5	3	3	34
20	3	3	3	2	5	4	3	5	3	3	34
21	3	5	3	4	4	4	3	5	2	3	36
22	5	3	3	4	4	4	3	5	3	3	37
23	3	3	2	4	4	4	3	5	3	3	34
24	3	3	3	4	2	5	3	5	3	3	34
25	3	4	3	4	4	4	3	5	4	4	38
26	3	3	2	4	2	4	3	4	3	3	31
27	3	3	2	4	4	4	3	4	3	3	33
28	3	3	3	4	4	4	5	5	3	3	37
29	5	4	3	5	5	4	5	4	3	3	41
30	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	34
31	3	3	3	4	4	4	5	5	3	3	37
32	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	38
33	3	3	5	4	4	4	5	4	3	3	38
34	5	3	3	4	5	4	5	4	4	3	40
35	3	3	5	4	4	4	5	4	3	3	38
36	4	3	5	4	4	4	5	5	3	4	41
37	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	36

38	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	38
39	3	3	4	4	5	4	4	5	4	3	39
40	4	4	3	4	4	4	5	4	3	3	38
41	3	3	5	4	3	4	3	4	3	4	36
42	3	3	5	4	4	5	4	5	4	4	41
43	4	3	5	4	3	4	5	4	3	3	38
44	3	3	3	5	5	5	5	4	3	4	40
45	3	3	5	5	4	4	5	4	3	4	40
46	3	3	5	3	4	5	4	4	3	4	38
47	3	3	5	5	5	4	5	4	4	3	41
48	3	4	5	4	4	5	5	3	4	4	41
49	4	3	4	5	4	5	5	4	3	4	41
50	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	43
51	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	42
52	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	41
53	3	3	5	4	4	5	5	3	4	4	40
54	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	41
55	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	39
56	4	4	4	3	5	4	5	3	4	3	39
57	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	43
58	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	39
59	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	42
60	4	4	5	3	3	5	4	4	4	4	40
61	4	4	4	5	3	5	4	3	3	4	39
62	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	41
63	3	4	4	3	3	5	4	3	4	4	37
64	4	4	4	3	3	3	5	3	2	4	35
65	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	36
66	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
67	4	4	4	3	3	5	4	3	4	4	38
68	4	4	4	3	3	3	5	3	4	4	37
69	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	38
70	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	35
71	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
72	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
73	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
74	4	4	4	5	3	5	4	3	4	4	40
75	4	4	4	3	3	3	5	3	4	4	37
76	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	38

77	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
78	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	35
79	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
80	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
81	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	37
82	4	4	4	5	3	3	5	3	4	4	39
83	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	35
84	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
85	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
86	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
87	4	4	4	3	3	3	5	3	4	4	37
88	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
89	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	38
90	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
91	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
92	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
93	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
94	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
95	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
96	5	5	3	4	4	4	3	5	5	3	41
97	5	5	5	5	4	4	3	5	3	5	44
98	3	3	3	4	4	5	3	5	2	3	35

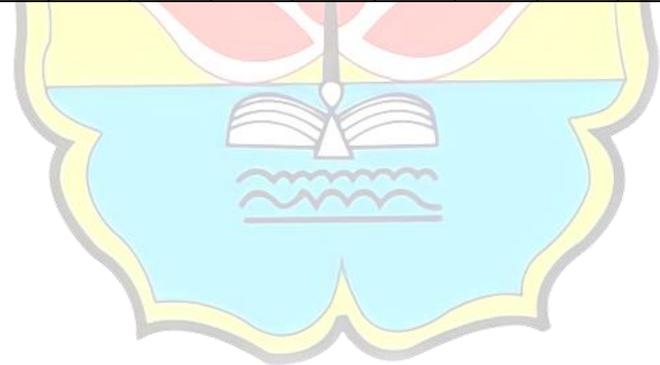


### Tabulasi Data MSI

SOSIAL (X1)										
No	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	Rata-rata
1	1.00	1.00	1.00	5.47	1.00	5.69	3.04	5.42	5.73	2.95
2	2.73	1.00	1.00	1.00	6.33	1.60	1.00	3.38	1.87	2.25
3	1.00	2.89	1.94	1.00	3.01	5.69	4.61	1.00	5.73	2.64
4	2.73	1.00	2.97	2.11	1.75	1.60	1.00	2.07	1.87	1.90
5	1.00	2.89	1.94	1.00	3.01	5.69	1.00	1.00	5.73	2.19
6	2.73	1.00	2.97	1.00	1.75	1.60	4.61	2.07	1.87	2.22
7	1.00	2.89	1.94	2.11	3.01	1.00	1.00	1.00	1.00	1.74
8	1.00	3.90	1.94	1.00	3.01	2.64	1.00	1.00	2.90	1.94
9	1.00	3.90	2.97	2.11	3.01	2.64	1.00	2.07	2.90	2.34
10	2.73	2.89	1.94	1.00	3.01	2.64	4.61	2.07	2.90	2.61
11	1.00	2.89	2.97	2.11	3.01	2.64	1.00	1.00	2.90	2.08
12	2.73	1.00	1.94	2.11	3.01	4.01	4.61	2.07	4.18	2.68
13	2.73	2.89	2.97	2.11	1.75	2.64	1.00	2.07	2.90	2.27
14	2.73	2.89	2.97	1.00	3.01	2.64	4.61	3.38	2.90	2.90
15	1.00	2.89	2.97	2.11	3.01	2.64	1.89	2.07	2.90	2.32
16	2.73	1.00	1.94	2.11	3.01	2.64	1.89	2.07	2.90	2.17
17	2.73	2.89	2.97	2.11	3.01	2.64	1.89	1.00	2.90	2.41
18	2.73	2.89	2.97	2.11	3.01	4.01	3.04	2.07	4.18	2.85
19	1.00	2.89	2.97	2.11	3.01	2.64	1.89	2.07	2.90	2.32
20	2.73	1.00	2.97	2.11	3.01	2.64	1.89	2.07	2.90	2.30
21	2.73	2.89	1.94	2.11	1.75	2.64	3.04	2.07	2.90	2.40
22	2.73	2.89	2.97	2.11	3.01	2.64	1.89	2.07	2.90	2.54
23	2.73	2.11	2.97	3.44	3.01	2.64	1.89	3.38	2.90	2.77
24	2.02	2.89	2.97	2.11	3.01	2.64	3.04	2.07	2.90	2.59
25	2.73	2.89	2.97	2.11	4.42	4.01	1.89	3.38	4.18	3.05
26	2.73	2.11	4.14	2.11	3.01	2.64	3.04	2.07	2.90	2.73
27	2.02	2.89	2.97	2.11	3.01	2.64	1.89	2.07	2.90	2.45
28	2.73	2.11	2.97	3.44	3.01	2.64	1.89	3.38	2.90	2.77
29	2.73	2.89	2.97	2.11	3.01	2.64	1.89	2.07	2.90	2.54
30	2.73	2.89	2.97	2.11	3.01	2.64	1.89	2.07	2.90	2.54
31	2.02	2.11	4.14	2.11	3.01	2.64	1.89	3.38	2.90	2.66
32	2.02	2.11	2.97	3.44	3.01	2.64	1.89	2.07	2.90	2.52
33	2.02	2.89	2.97	2.11	3.01	2.64	3.04	2.07	2.90	2.59
34	2.73	2.11	2.97	2.11	4.42	2.64	1.89	3.38	2.90	2.78
35	2.02	2.11	2.97	2.11	3.01	2.64	1.89	2.07	2.90	2.35
36	2.02	2.11	2.97	2.11	3.01	4.01	3.04	2.07	4.18	2.67
37	2.73	2.11	4.14	2.11	3.01	2.64	1.89	2.07	2.90	2.59

38	2.02	2.89	2.97	2.11	3.01	4.01	3.04	3.38	4.18	2.93
39	2.02	2.11	2.97	3.44	4.42	2.64	3.04	2.07	2.90	2.84
40	2.02	2.11	2.97	3.44	3.01	2.64	1.89	3.38	2.90	2.68
41	2.02	2.89	2.97	2.11	3.01	4.01	3.04	3.38	4.18	2.93
42	2.02	2.11	2.97	3.44	4.42	4.01	1.89	2.07	4.18	2.87
43	2.02	2.11	2.97	3.44	3.01	2.64	3.04	3.38	2.90	2.83
44	2.02	3.90	2.97	2.11	3.01	4.01	3.04	3.38	4.18	3.06
45	2.02	2.11	2.97	3.44	3.01	4.01	3.04	2.07	4.18	2.83
46	2.02	2.11	2.97	3.44	3.01	4.01	3.04	3.38	4.18	3.00
47	2.02	3.90	2.97	3.44	4.42	2.64	3.04	3.38	2.90	3.23
48	2.02	2.11	2.97	3.44	4.42	4.01	3.04	2.07	4.18	3.01
49	2.02	2.11	2.97	3.44	3.01	4.01	3.04	3.38	4.18	3.00
50	2.02	2.11	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.32
51	2.02	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.54
52	2.02	2.11	2.97	3.44	3.01	4.01	3.04	3.38	4.18	3.00
53	2.02	2.11	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.32
54	2.02	2.11	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.32
55	2.02	2.11	2.97	3.44	4.42	4.01	1.89	3.38	4.18	3.03
56	2.02	2.11	4.14	3.44	4.42	2.64	3.04	3.38	2.90	3.15
57	2.02	2.11	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.32
58	2.02	2.11	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.32
59	2.02	2.11	4.14	3.44	4.42	4.01	1.89	3.38	4.18	3.18
60	2.02	2.11	2.97	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.17
61	3.69	3.90	4.14	3.44	3.01	4.01	3.04	3.38	4.18	3.58
62	3.69	2.11	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.53
63	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
64	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	2.07	4.18	3.59
65	3.69	2.11	4.14	3.44	4.42	2.64	3.04	3.38	2.90	3.36
66	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
67	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
68	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
69	3.69	2.11	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.53
70	3.69	3.90	4.14	3.44	3.01	2.64	3.04	3.38	2.90	3.40
71	3.69	3.90	4.14	2.11	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.59
72	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
73	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
74	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
75	3.69	3.90	5.48	3.44	4.42	4.01	3.04	2.07	4.18	3.76
76	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
77	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
78	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75

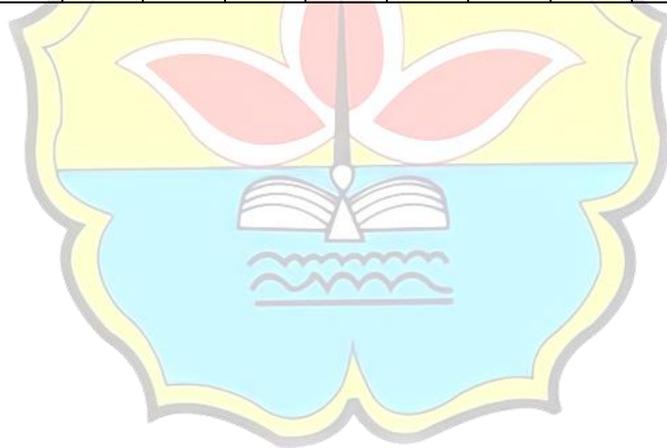
79	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
80	3.69	3.90	5.48	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.92
81	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	1.00	3.38	4.18	3.50
82	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
83	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
84	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
85	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
86	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
87	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
88	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
89	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
90	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	1.00	4.18	3.46
91	3.69	3.90	5.48	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.92
92	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
93	3.69	3.90	5.48	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.92
94	3.69	3.90	4.14	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.75
95	3.69	3.90	5.48	3.44	4.42	4.01	3.04	3.38	4.18	3.92
96	1.00	2.89	1.94	2.11	3.01	1.00	1.00	1.00	1.87	1.74
97	1.00	3.90	1.94	1.00	3.01	2.64	1.00	1.00	5.73	1.94
98	1.00	3.90	2.97	2.11	3.01	2.64	1.00	2.07	1.87	2.34



PRIBADI (X2)											
No	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	Rata-rata
1	1.00	1.00	1.00	5.47	1.00	5.73	3.05	5.47	3.05	5.47	2.96
2	2.73	1.00	1.00	1.00	6.09	1.87	1.00	3.41	1.00	3.41	2.26
3	1.00	2.89	1.94	1.00	3.04	5.73	4.59	1.00	4.59	1.00	2.65
4	2.73	1.00	2.97	2.11	1.87	1.87	1.00	2.08	1.00	2.08	1.95
5	1.00	2.89	1.94	1.00	3.04	5.73	1.00	1.00	1.00	1.00	2.20
6	2.73	1.00	2.97	1.00	1.87	1.87	4.59	2.08	4.59	2.08	2.26
7	1.00	2.89	1.94	2.11	3.04	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.75
8	1.00	3.90	1.94	1.00	3.04	2.90	1.00	1.00	1.00	1.00	1.97
9	1.00	3.90	2.97	2.11	3.04	2.90	1.00	2.08	1.00	2.08	2.38
10	2.73	2.89	1.94	1.00	3.04	2.90	4.59	2.08	4.59	2.08	2.65
11	1.00	2.89	2.97	2.11	3.04	2.90	1.00	1.00	1.00	1.00	2.11
12	2.73	1.00	1.94	2.11	3.04	4.18	4.59	2.08	4.59	2.08	2.71
13	2.73	2.89	2.97	2.11	1.87	2.90	1.00	2.08	1.00	2.08	2.32
14	2.73	2.89	2.97	1.00	3.04	2.90	4.59	3.41	4.59	3.41	2.94
15	1.00	2.89	2.97	2.11	3.04	2.90	1.90	2.08	1.90	2.08	2.36
16	2.73	1.00	1.94	2.11	3.04	2.90	1.90	2.08	1.90	2.08	2.21
17	2.73	2.89	2.97	2.11	3.04	2.90	1.90	1.00	1.90	1.00	2.44
18	2.73	2.89	2.97	2.11	3.04	4.18	3.05	2.08	3.05	2.08	2.88
19	1.00	2.89	2.97	2.11	3.04	2.90	1.90	2.08	1.90	2.08	2.36
20	2.73	1.00	2.97	2.11	3.04	2.90	1.90	2.08	1.90	2.08	2.34
21	2.73	2.89	1.94	2.11	1.87	2.90	3.05	2.08	3.05	2.08	2.45
22	2.73	2.89	2.97	2.11	3.04	2.90	1.90	2.08	1.90	2.08	2.58
23	2.73	2.11	2.97	3.44	3.04	2.90	1.90	3.41	1.90	3.41	2.81
24	2.02	2.89	2.97	2.11	3.04	2.90	3.05	2.08	3.05	2.08	2.63
25	2.73	2.89	2.97	2.11	4.38	4.18	1.90	3.41	1.90	3.41	3.07
26	2.73	2.11	4.14	2.11	3.04	2.90	3.05	2.08	3.05	2.08	2.77
27	2.02	2.89	2.97	2.11	3.04	2.90	1.90	2.08	1.90	2.08	2.49
28	2.73	2.11	2.97	3.44	3.04	2.90	1.90	3.41	1.90	3.41	2.81
29	2.73	2.89	2.97	2.11	3.04	2.90	1.90	2.08	1.90	2.08	2.58
30	2.73	2.89	2.97	2.11	3.04	2.90	1.90	2.08	1.90	2.08	2.58
31	2.02	2.11	4.14	2.11	3.04	2.90	1.90	3.41	1.90	3.41	2.70
32	2.02	2.11	2.97	3.44	3.04	2.90	1.90	2.08	1.90	2.08	2.56
33	2.02	2.89	2.97	2.11	3.04	2.90	3.05	2.08	3.05	2.08	2.63
34	2.73	2.11	2.97	2.11	4.38	2.90	1.90	3.41	1.90	3.41	2.81
35	2.02	2.11	2.97	2.11	3.04	2.90	1.90	2.08	1.90	2.08	2.39
36	2.02	2.11	2.97	2.11	3.04	4.18	3.05	2.08	3.05	2.08	2.69
37	2.73	2.11	4.14	2.11	3.04	2.90	1.90	2.08	1.90	2.08	2.62
38	2.02	2.89	2.97	2.11	3.04	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	2.96
39	2.02	2.11	2.97	3.44	4.38	2.90	3.05	2.08	3.05	2.08	2.87

40	2.02	2.11	2.97	3.44	3.04	2.90	1.90	3.41	1.90	3.41	2.72
41	2.02	2.89	2.97	2.11	3.04	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	2.96
42	2.02	2.11	2.97	3.44	4.38	4.18	1.90	2.08	1.90	2.08	2.88
43	2.02	2.11	2.97	3.44	3.04	2.90	3.05	3.41	3.05	3.41	2.87
44	2.02	3.90	2.97	2.11	3.04	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.09
45	2.02	2.11	2.97	3.44	3.04	4.18	3.05	2.08	3.05	2.08	2.86
46	2.02	2.11	2.97	3.44	3.04	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.03
47	2.02	3.90	2.97	3.44	4.38	2.90	3.05	3.41	3.05	3.41	3.26
48	2.02	2.11	2.97	3.44	4.38	4.18	3.05	2.08	3.05	2.08	3.03
49	2.02	2.11	2.97	3.44	3.04	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.03
50	2.02	2.11	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.34
51	2.02	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.57
52	2.02	2.11	2.97	3.44	3.04	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.03
53	2.02	2.11	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.34
54	2.02	2.11	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.34
55	2.02	2.11	2.97	3.44	4.38	4.18	1.90	3.41	1.90	3.41	3.05
56	2.02	2.11	4.14	3.44	4.38	2.90	3.05	3.41	3.05	3.41	3.18
57	2.02	2.11	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.34
58	2.02	2.11	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.34
59	2.02	2.11	4.14	3.44	4.38	4.18	1.90	3.41	1.90	3.41	3.20
60	2.02	2.11	2.97	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.20
61	3.69	3.90	4.14	3.44	3.04	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.61
62	3.69	2.11	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.55
63	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
64	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	2.08	3.05	2.08	3.61
65	3.69	2.11	4.14	3.44	4.38	2.90	3.05	3.41	3.05	3.41	3.39
66	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
67	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
68	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
69	3.69	2.11	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.55
70	3.69	3.90	4.14	3.44	3.04	2.90	3.05	3.41	3.05	3.41	3.45
71	3.69	3.90	4.14	2.11	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.61
72	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
73	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
74	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
75	3.69	3.90	5.48	3.44	4.38	4.18	3.05	2.08	3.05	2.08	3.78
76	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
77	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
78	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
79	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
80	3.69	3.90	5.48	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.94

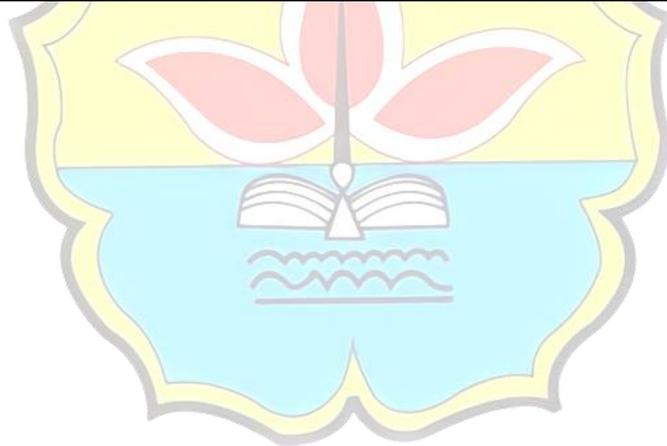
81	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	1.00	3.41	1.00	3.41	3.52
82	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
83	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
84	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
85	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
86	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
87	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
88	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
89	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
90	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	1.00	3.05	1.00	3.47
91	3.69	3.90	5.48	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.94
92	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
93	3.69	3.90	5.48	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.94
94	3.69	3.90	4.14	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.77
95	3.69	3.90	5.48	3.44	4.38	4.18	3.05	3.41	3.05	3.41	3.94
96	1.00	2.89	1.94	2.11	6.09	1.87	1.00	3.41	1.00	3.41	2.54
97	1.00	3.90	1.94	1.00	3.04	5.73	4.59	1.00	4.59	1.00	2.77
98	1.00	3.90	2.97	2.11	1.87	1.87	1.00	2.08	1.00	2.08	2.10



KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)											
No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Rata-rata
1	1.00	1.00	1.00	2.26	2.36	2.24	1.00	1.00	1.00	5.73	1.86
2	5.09	5.12	1.00	2.26	2.36	2.24	2.58	4.87	6.09	1.87	3.35
3	5.09	5.12	3.38	3.47	2.36	2.24	2.58	4.87	3.04	5.73	3.79
4	2.64	2.64	1.00	2.26	2.36	3.44	2.58	4.87	1.87	1.87	2.55
5	5.09	5.12	1.00	2.26	2.36	2.24	2.58	3.81	3.04	5.73	3.32
6	2.64	5.12	1.00	3.47	2.36	2.24	4.80	4.87	1.87	1.87	3.02
7	5.09	5.12	3.38	2.26	2.36	3.44	2.58	4.87	3.04	1.00	3.31
8	2.64	2.64	1.00	2.26	2.36	2.24	2.58	3.81	3.04	2.90	2.54
9	5.09	5.12	1.00	2.26	2.36	2.24	2.58	4.87	3.04	2.90	3.15
10	5.09	5.12	1.00	3.47	2.36	2.24	2.58	4.87	3.04	2.90	3.27
11	5.09	5.12	1.00	2.26	2.36	3.44	2.58	3.81	3.04	2.90	3.16
12	5.09	5.12	3.38	2.26	2.36	2.24	4.80	4.87	3.04	4.18	3.73
13	5.09	5.12	1.00	2.26	3.67	2.24	2.58	4.87	1.87	2.90	3.16
14	5.09	5.12	1.00	2.26	2.36	3.44	2.58	3.81	3.04	2.90	3.16
15	2.64	5.12	1.00	2.26	2.36	2.24	2.58	4.87	3.04	2.90	2.90
16	5.09	2.64	1.00	2.26	3.67	2.24	2.58	4.87	3.04	2.90	3.03
17	5.09	5.12	1.00	2.26	2.36	3.44	4.80	4.87	3.04	2.90	3.49
18	2.64	2.64	1.00	2.26	2.36	2.24	2.58	3.81	3.04	4.18	2.67
19	5.09	2.64	3.38	2.26	2.36	2.24	2.58	4.87	3.04	2.90	3.13
20	2.64	2.64	1.00	2.26	3.67	2.24	2.58	4.87	3.04	2.90	2.78
21	2.64	5.12	1.00	2.26	2.36	2.24	2.58	4.87	1.87	2.90	2.78
22	5.09	2.64	1.00	2.26	2.36	2.24	2.58	4.87	3.04	2.90	2.90
23	2.64	2.64	1.00	2.26	2.36	2.24	2.58	4.87	3.04	2.90	2.65
24	2.64	2.64	1.00	2.26	3.67	3.44	2.58	4.87	3.04	2.90	2.90
25	2.64	3.88	1.00	2.26	2.36	2.24	2.58	4.87	4.38	4.18	3.04
26	2.64	2.64	1.00	2.26	2.36	2.24	2.58	3.81	3.04	2.90	2.54
27	2.64	2.64	1.00	2.26	2.36	2.24	2.58	3.81	3.04	2.90	2.54
28	2.64	2.64	1.00	2.26	2.36	2.24	4.80	4.87	3.04	2.90	2.87
29	5.09	3.88	1.00	3.47	3.67	2.24	4.80	3.81	3.04	2.90	3.39
30	2.64	2.64	1.00	2.26	2.36	2.24	2.58	3.81	3.04	2.90	2.54
31	2.64	2.64	1.00	2.26	2.36	2.24	4.80	4.87	3.04	2.90	2.87
32	3.87	3.88	3.38	2.26	2.36	2.24	2.58	3.81	3.04	2.90	3.03
33	2.64	2.64	3.38	2.26	2.36	2.24	4.80	3.81	3.04	2.90	3.01
34	5.09	2.64	1.00	2.26	3.67	2.24	4.80	3.81	4.38	2.90	3.28
35	2.64	2.64	3.38	2.26	2.36	2.24	4.80	3.81	3.04	2.90	3.01
36	3.87	2.64	3.38	2.26	2.36	2.24	4.80	4.87	3.04	4.18	3.36
37	2.64	3.88	1.00	2.26	2.36	2.24	3.67	3.81	3.04	2.90	2.78
38	2.64	2.64	2.22	2.26	2.36	2.24	4.80	3.81	3.04	4.18	3.02
39	2.64	2.64	2.22	2.26	3.67	2.24	3.67	4.87	4.38	2.90	3.15

40	3.87	3.88	1.00	2.26	2.36	2.24	4.80	3.81	3.04	2.90	3.02
41	2.64	2.64	3.38	2.26	1.00	2.24	2.58	3.81	3.04	4.18	2.77
42	2.64	2.64	3.38	2.26	2.36	3.44	3.67	4.87	4.38	4.18	3.38
43	3.87	2.64	3.38	2.26	1.00	2.24	4.80	3.81	3.04	2.90	2.99
44	2.64	2.64	1.00	3.47	3.67	3.44	4.80	3.81	3.04	4.18	3.27
45	2.64	2.64	3.38	3.47	2.36	2.24	4.80	3.81	3.04	4.18	3.25
46	2.64	2.64	3.38	1.00	2.36	3.44	3.67	3.81	3.04	4.18	3.01
47	2.64	2.64	3.38	3.47	3.67	2.24	4.80	3.81	4.38	2.90	3.39
48	2.64	3.88	3.38	2.26	2.36	3.44	4.80	2.73	4.38	4.18	3.40
49	3.87	2.64	2.22	3.47	2.36	3.44	4.80	3.81	3.04	4.18	3.38
50	3.87	3.88	3.38	3.47	2.36	2.24	4.80	3.81	4.38	4.18	3.64
51	3.87	3.88	3.38	2.26	2.36	3.44	4.80	2.73	4.38	4.18	3.53
52	3.87	3.88	2.22	3.47	3.67	2.24	3.67	3.81	3.04	4.18	3.40
53	2.64	2.64	3.38	2.26	2.36	3.44	4.80	2.73	4.38	4.18	3.28
54	3.87	3.88	2.22	3.47	2.36	1.00	4.80	3.81	4.38	4.18	3.40
55	3.87	3.88	2.22	1.00	2.36	1.00	4.80	3.81	4.38	4.18	3.15
56	3.87	3.88	2.22	1.00	3.67	2.24	4.80	2.73	4.38	2.90	3.17
57	3.87	3.88	2.22	3.47	3.67	3.44	4.80	2.73	4.38	4.18	3.66
58	2.64	2.64	2.22	2.26	2.36	3.44	3.67	3.81	4.38	4.18	3.16
59	3.87	3.88	2.22	3.47	3.67	3.44	3.67	2.73	4.38	4.18	3.55
60	3.87	3.88	3.38	1.00	1.00	3.44	3.67	3.81	4.38	4.18	3.26
61	3.87	3.88	2.22	3.47	1.00	3.44	3.67	2.73	3.04	4.18	3.15
62	3.87	3.88	2.22	3.47	1.00	3.44	3.67	3.81	4.38	4.18	3.39
63	2.64	3.88	2.22	1.00	1.00	3.44	3.67	2.73	4.38	4.18	2.91
64	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	4.80	2.73	4.38	4.18	2.91
65	3.87	2.64	3.38	1.00	2.36	1.00	3.67	2.73	4.38	2.90	2.79
66	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	2.79
67	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	3.44	3.67	2.73	4.38	4.18	3.04
68	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	4.80	2.73	4.38	4.18	2.91
69	3.87	3.88	2.22	3.47	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	3.04
70	3.87	3.88	2.22	1.00	2.36	1.00	3.67	2.73	3.04	2.90	2.67
71	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	2.79
72	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	2.79
73	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	2.79
74	3.87	3.88	2.22	3.47	1.00	3.44	3.67	2.73	4.38	4.18	3.28
75	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	4.80	2.73	4.38	4.18	2.91
76	3.87	3.88	3.38	1.00	1.00	1.00	3.67	3.81	4.38	4.18	3.02
77	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	2.79
78	2.64	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	2.67
79	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	2.79
80	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	2.79

81	3.87	3.88	3.38	1.00	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	2.91
82	3.87	3.88	2.22	3.47	1.00	1.00	4.80	2.73	4.38	4.18	3.15
83	3.87	2.64	2.22	1.00	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	2.67
84	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	2.79
85	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	2.79
86	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	2.79
87	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	4.80	2.73	4.38	4.18	2.91
88	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	3.67	3.81	4.38	4.18	2.90
89	3.87	3.88	2.22	3.47	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	3.04
90	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	2.79
91	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	2.79
92	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	2.79
93	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	2.79
94	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	2.79
95	3.87	3.88	2.22	1.00	1.00	1.00	3.67	2.73	4.38	4.18	2.79
96	5.09	5.12	1.00	2.26	2.36	2.24	2.58	4.87	6.09	1.87	3.35
97	5.09	5.12	3.38	3.47	2.36	2.24	2.58	4.87	3.04	5.73	3.79
98	2.64	2.64	1.00	2.26	2.36	3.44	2.58	4.87	1.87	1.87	2.55

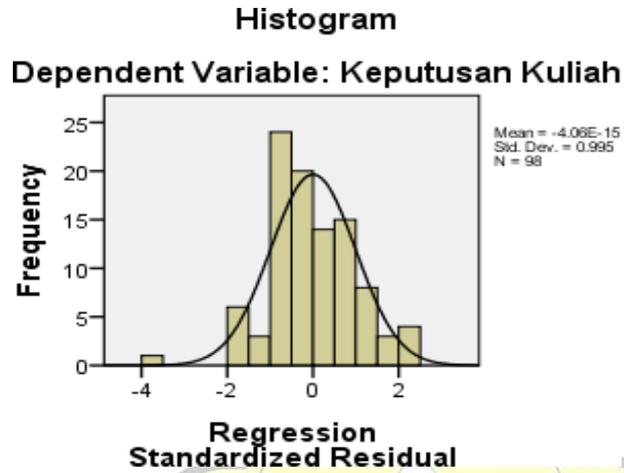


## Output SPSS

### A. Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

##### a. Grafik



##### b. Statistik

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

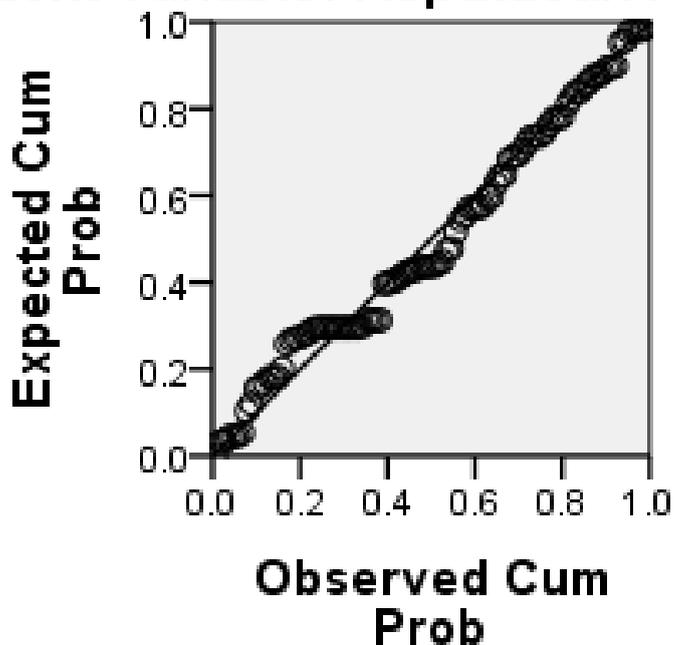
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,35497058
Most Extreme Differences	Absolute	,106
	Positive	,078
	Negative	-,106
Kolmogorov-Smirnov Z		1,031
Asymp. Sig. (2-tailed)		,338

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Kuliah



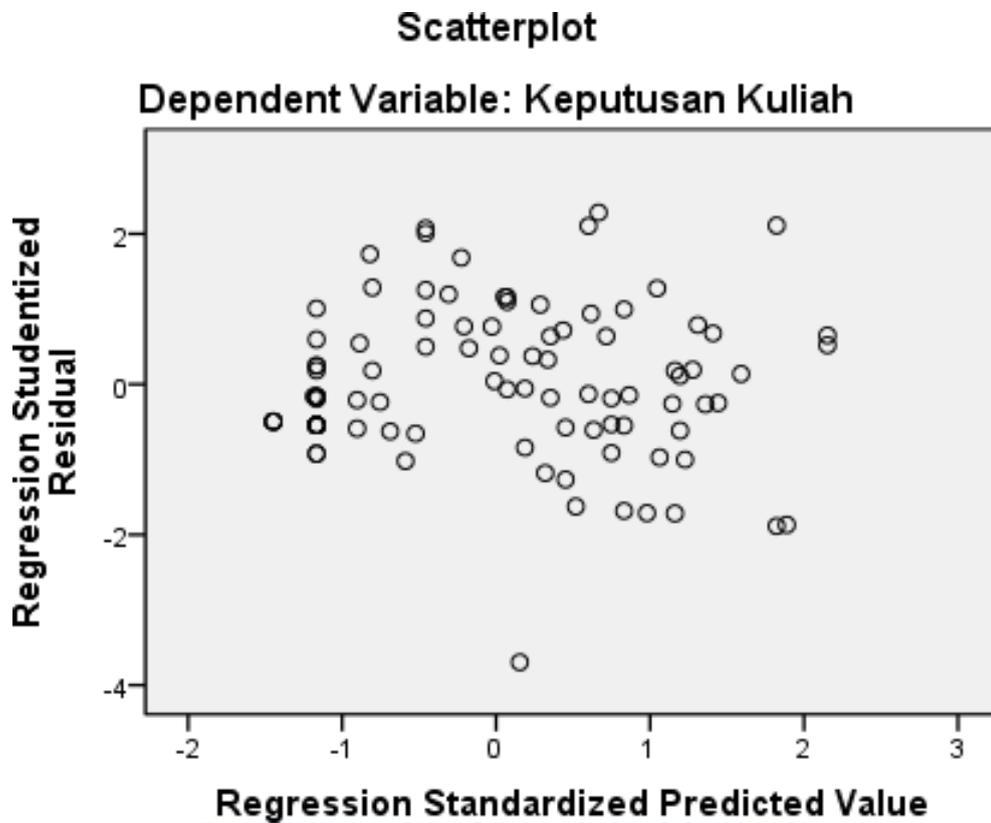
### 2. Uji Multikolinearitas



Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,489	,781		3,614	,001		
Faktor Sosial	,309	,065	,378	4,696	,002	,522	1,012
Faktor Pribadi	,412	,074	,583	5,540	,000	,507	1,973

a. Dependent Variable: Keputusan Kuliah

3. Uji Heterokedastisitas



**B. Persamaan Regresi**

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Faktor Pribadi, Faktor Sosial <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Kuliah

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,719 <sup>a</sup>	,518	,506	2,133	1,958

a. Predictors: (Constant), Faktor Pribadi, Faktor Sosial

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	419,788	2	209,894	46,142	,000 <sup>b</sup>
	Residual	391,200	96	4,549		
	Total	810,989	98			

a. Dependent Variable: Keputusan Kuliah

b. Predictors: (Constant), Faktor Pribadi, Faktor Sosial

b. Dependent Variable: Keputusan Kuliah

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,489	,781		3,614	,001		
Faktor Sosial	,309	,065	,378	4,696	,002	,522	1,012
Faktor Pribadi	,412	,074	,583	5,540	,000	,507	1,973

a. Dependent Variable: Keputusan Kuliah

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + e$$

$$Y = 0,489 + 0,309 + 0,412 + e$$