

# Pengaruh Getok Tular, Promosi, Biaya, dan Lokasi Terhadap Keputusan Kuliah di Universitas PGRI Yogyakarta

Awang Herjuna<sup>1</sup>; Anindita Imam Basri<sup>2\*</sup>; Arista Natia Afriany<sup>3</sup>

Received: 25 Juni 2024  
Revised: 13 November 2024  
Accepted: 07 Januari 2025

<sup>1</sup>Program Sarjana Manajemen, Fakultas Bisnis dan Hukum, Universitas PGRI Yogyakarta

<sup>2</sup>Program Sarjana Manajemen, Fakultas Bisnis dan Hukum, Universitas PGRI Yogyakarta

<sup>3</sup>Program Sarjana Manajemen, Fakultas Bisnis dan Hukum, Universitas PGRI Yogyakarta

\*Corresponding author: anindita@upy.ac.id

---

## Abstract

**Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh getok tular, promosi, biaya, dan lokasi berpengaruh pada keputusan mahasiswa memilih universitas PGRI Yogyakarta.

**Metodologi:** Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 100 sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan program aplikasi SPSS 16.0

**Temuan:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa Getok tular, promosi, biaya, dan lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas PGRI Yogyakarta.

**Orisinalitas:** Penelitian ini berkontribusi untuk menambah studi literatur mengenai keputusan memilih dengan mengambil subjek Mahasiswa Universitas PGRI Yogyakarta.

**Kata kunci:** Getok tular, Promosi, Biaya, Lokasi, Keputusan Pembelian

**UBMJ**  
UPY Business and  
Management Journal

---

## Pendahuluan

Perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2009) merupakan suatu ilmu yang mempelajari bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Firmansyah (2018) perilaku konsumen merupakan suatu kegiatan yang berhubungan erat dengan adanya proses keputusan memilih yang melibatkan aktivitas konsumen seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian terhadap jasa. Keputusan pembelian atau yang diasumsikan sebagai keputusan memilih menurut Erdawati (2014) adalah suatu proses kegiatan konsumen yang didalamnya terdapat penentuan pilihan konsumen dalam membeli produk atau jasa. Saat ini proses keputusan memilih menjadi sangat penting ketika calon mahasiswa memilih universitas yang akan mereka pilih, hal ini dapat disebabkan karena pemilihan universitas berdampak pada kehidupan mahasiswa itu sendiri kedepannya.

Ketertarikan calon mahasiswa terhadap suatu universitas bisa didapat dari adanya faktor

Getok tular (dari mulut ke mulut). Getok tular sangat berperan penting dalam memperkuat persepsi terhadap produk dan jasa didalam kehidupan bermasyarakat. Menurut Purwantoro & Afrizal (2018) Getok tular merupakan suatu kegiatan yang melibatkan komunikasi seseorang kepada orang lain yang berupa penyebaran informasi berupa komunikasi verbal dengan cara bertatap muka langsung, melalui telepon, dan internet. Selain faktor Getok tular, pertimbangan calon mahasiswa saat mereka memilih universitas yang mereka pilih tidak terlepas dari adanya faktor promosi. Menurut Erdawati (2014) Promosi adalah suatu kegiatan untuk memperkenalkan produk atau jasa, diantaranya untuk meyakinkan pembeli supaya menyentuh hati pembeli sehingga dengan sukarela membeli produk atau jasa tersebut

Faktor biaya juga merupakan salah satu pertimbangan mahasiswa dalam memilih universitas yang harus diperhatikan. Menurut Kotler dan Armstrong (2003) biaya merupakan sejumlah uang atau biaya yang dikeluarkan masyarakat untuk ditukarkan dalam bentuk produk maupun jasa yang mempunyai manfaat tertentu. Lokasi juga bisa dijadikan salah satu investasi jangka panjang yang dapat mempengaruhi minat beli para konsumennya baik produk maupun jasa yang ditawarkan. Menurut Desy (2016) lokasi merupakan suatu tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian atau yang diasumsikan sebagai keputusan memilih merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan membeli salah satu diantaranya, dengan demikian terdapat banyak pilihan alternatif baik produk atau jasa sehingga calon pembeli harus memilih produk atau jasa yang terbaik diantara alternatif pilihannya (Fahriansyah & Zubir, 2015). Indikator keputusan pembelian menurut Hariadi (2013) yaitu: 1) minat membeli dikarenakan adanya kebutuhan atau keinginan, 2) keputusan membeli atas dasar informasi dan sumber-sumber yang berkaitan, 3) keputusan membeli setelah melakukan penilaian dan seleksi terhadap berbagai alternatif.

### **Getok Tular**

Menurut Kotler dan Keller (2009) mengatakan bahwa Getok tular merupakan komunikasi dari mulut ke mulut yang berupa pemberian rekomendasi dari suatu produk atau jasa tertentu secara lisan, tulisan maupun elektronik kepada individu maupun kelompok yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal berdasarkan pengalamannya. Indikator Getok tular menurut Aprianto (2016) yaitu: 1) membicarakan, 2) mempromosikan dan 3) menjual.

### **Promosi**

Menurut Kotler dan Keller (2011) promosi merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh pemasar yang bertujuan untuk berkomunikasi dengan pasar sasarnya. Indikator promosi menurut (Kotler dan Keller, 2016) yaitu: 1) pesan promosi, 2) media promosi, 3) waktu promosi.

### **Biaya**

Menurut Fahriansyah & Zubir (2015) mengemukakan bahwa biaya adalah sejumlah uang yang bisa digunakan sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa yang diinginkan yang dikatakan sebagai alat penentu nilai pada suatu produk atau jasa yang merupakan suatu aspek yang terlihat jelas bagi para pembeli. Indikator biaya menurut Fahriansyah & Zubir (2015) yaitu: 1) kualitas, 2) efisiensi, 3) keakuratan, 4) proses pembayaran, 5) fleksibilitas.

### **Lokasi**

Menurut Lupiyoadi (2001) lokasi yakni suatu keputusan yang diambil oleh suatu perusahaan dalam

menentukan tempat yang berkaitan dengan operasi dan stafnya akan ditempatkan. indikator lokasi menurut Tjiptono (2015) yaitu: 1) kelancaran akses, 2) tempat parkir luas, 3) lingkungan

## **Hipotesis**

### **Pengaruh Getok tular terhadap Keputusan Mahasiswa**

Getok tular merupakan kegiatan yang berkaitan dengan penyebaran informasi dari seseorang kepada orang lain dalam bentuk komunikasi verbal termasuk bertatap muka langsung (Hawkins dkk, 2007). Triyaningsih & Triastity (2016) dan Gustina & Viviani (2019) melakukan penelitian menyatakan bahwa variabel Getok tular memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis pertama penelitian ini adalah:

H1: Getok tular berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas PGRI Yogyakarta.

### **Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa**

Menurut Swastha dan Irawan (2005) promosi merupakan ajakan yang berisi informasi untuk mengarahkan seseorang atau organisasi terhadap tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Erdawati (2014) dan Hidayat & Lubis (2019) melakukan penelitian yang menyatakan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis kedua penelitian ini adalah:

H2: Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas PGRI Yogyakarta.

### **Pengaruh Biaya terhadap Keputusan Mahasiswa**

Mulyadi (2015) biaya merupakan suatu pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Fahriansyah & Zubir (2015) dan Suryani (2018) melakukan penelitian yang menyatakan bahwa variabel biaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis ketiga penelitian ini adalah:

H3: Biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas PGRI Yogyakarta.

### **Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Mahasiswa**

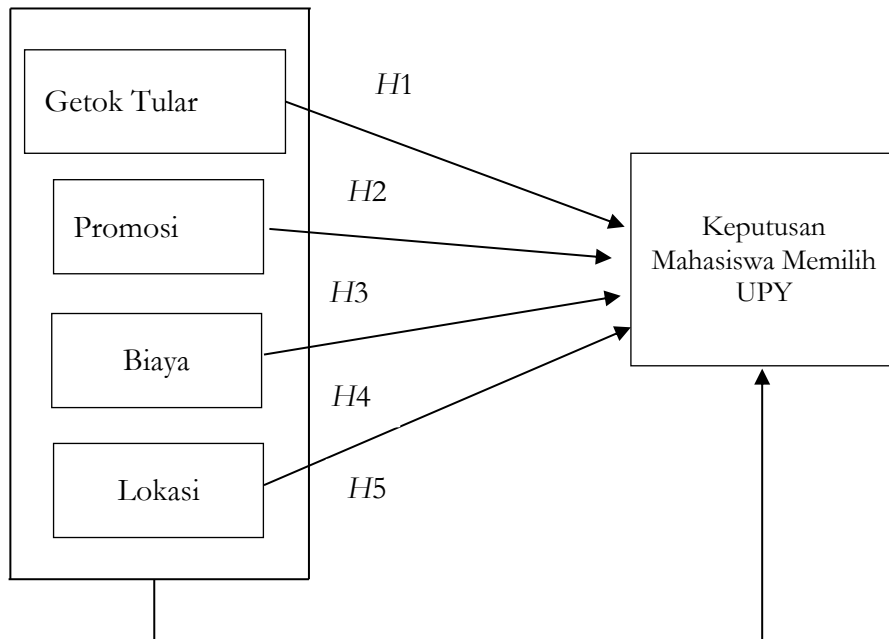
Menurut Alma (2010) memilih lokasi usaha yang tepat dapat menentukan suatu keberhasilan atau kegagalan suatu usaha yang dilakukan dimasa yang akan datang. Meirista (2018) dan Desy (2016) melakukan penelitian yang menyatakan bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis keempat penelitian ini adalah:

H4: Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas PGRI Yogyakarta.

### **Pengaruh Getok tular, Promosi, Biaya, dan Lokasi terhadap Keputusan Mahasiswa**

Secara simultan dalam penelitian ini variabel Getok tular, promosi, biaya dan lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan memilih. Berdasarkan penjelasan hipotesis pertama, kedua, ketiga, dan keempat maka hipotesis kelima dalam penelitian ini adalah:

H5 = Getok tular, promosi, biaya, dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas PGRI Yogyakarta.



**Gambar 1.** Model Penelitian

## Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai Januari 2024 hingga April 2024. Lokasi penelitian di Universitas PGRI Yogyakarta yang beralamat di Jl. IKIP PGRI, Ngestiharjo, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling atau menggunakan kriteria tertentu untuk pengambilan sampel. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden yang sesuai dengan kriteria. Total Responden dalam penelitian ini 100 responden. Alat menguji dan mengetahui hasilnya menggunakan aplikasi SPSS 16.0 yang digunakan untuk menguji adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji f dan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*).

## Hasil dan Diskusi

### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan 30 responden. Setiap responden mengisi kuesioner yang berisis 5 butir pernyataan tentang Getok tular (X1), 5 butir pernyataan tentang promosi (X2), 6 butir pernyataan mengenai variabel biaya (X3), 5 butir pernyataan tentang lokasi (X4) dan 5 butir pernyataan tentang keputusan memilih (Y). Pengujian dilakukan menggunakan Pearson correlation dengan aplikasi SPSS 16.0. Menurut Ghazali (2009) item pernyataan dikatakan valid jika skor total setiap item pernyataan memiliki tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,6 maka instrumen tersebut reliabel atau dapat dipercaya sedangkan jika nilai Cronbach's Alpha < 0,6 maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel.

### Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dan simultan. Uji hipotesis ini menggunakan total 100 responden. Uji hipotesis dilakukan pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 16.0. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1.** Hasil Uji Hipotesis

| Model       | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|             | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| (Constant)  | -.816                       | 1.612      |                           | -.506 | .614 |
| Getok tular | .220                        | .063       | .237                      | 3.491 | .001 |
| Promosi     | .306                        | .095       | .258                      | 3.203 | .002 |
| Biaya       | .277                        | .076       | .292                      | 3.659 | .000 |
| Lokasi      | .239                        | .064       | .259                      | 3.741 | .000 |

Dependent Variable: Keputusan Memilih

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

### **Pengaruh Getok tular terhadap Keputusan Mahasiswa**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Getok tular berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel Getok tular  $0,001 < 0,005$  dan koefisien regresi bernilai positif yaitu 0,220. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian oleh Triyaningsih & Triastity (2016) dan Gustina & Viviani (2019) menyatakan bahwa variabel Getok tular memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih.

### **Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel Getok tular  $0,002 < 0,005$  dan koefisien regresi bernilai positif yaitu 0,306. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian oleh Erdawati (2014) dan Hidayat & Lubis (2019) yang menyatakan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih.

### **Pengaruh Biaya terhadap Keputusan Mahasiswa**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel Getok tular  $0,000 < 0,005$  dan koefisien regresi bernilai positif yaitu 0,277. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Fahriansyah & Zubir (2015) dan Suryani (2018) yang menyatakan bahwa variabel biaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih.

### **Pengaruh lokasi terhadap keputusan mahasiswa**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel Getok tular  $0,000 < 0,005$  dan t koefisien regresi bernilai positif yaitu 0,239. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Meirista (2018) dan Desy (2016) yang menyatakan bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih.

### **Pengaruh Getok tular, Promosi, Biaya, dan Lokasi terhadap Keputusan Mahasiswa**

Uji F dilakukan untuk mengetahui variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil untuk uji tersebut pada tabel berikut:

**Tabel 2.** Hasil Uji F

| Model      | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.              |
|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| Regression | 63.130         | 4   | 15.782      | 49.535 | .000 <sup>a</sup> |
| Residual   | 31.861         | 100 | .319        |        |                   |
| Total      | 94.990         | 104 |             |        |                   |

**Sumber:** Hasil Pengolahan Data Primer 2024

**Tabel 3.** Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .815 <sup>a</sup> | .665     | .651              | .564                       |

**Sumber:** Hasil Pengolahan Data Primer 2024

Pada hasil tabel 2 Uji F diatas dapat dilihat bahwa F hitung > F tabel yaitu sebesar  $49.535 > 2,46$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka model regresi yang digunakan untuk memprediksi keputusan memilih dapat dinyatakan bahwa variabel Getok tular, promosi, biaya, dan lokasi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih. Kemudian diketahui hasil Adjusted R Square sebesar 0,651, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Getok tular, promosi, biaya, dan lokasi memiliki hubungan yang kuat dengan variabel dependen yaitu keputusan memilih sebesar 65,1% sedangkan sisanya 34,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

## Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Getok tular, promosi, biaya, dan lokasi terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas PGRI Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan getok tular, promosi, biaya, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari pengujian yang menunjukkan nilai koefisien regresi bernilai positif dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan memilih adalah promosi yang memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,306. Variabel Getok tular, promosi, biaya, dan lokasi secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan memilih. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F dengan nilai F hitung (49.535) lebih besar dari F tabel (2,46) dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil dari uji koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjuster R Square memiliki nilai 65,1%, yang berarti variabel bebas memiliki pengaruh sebesar 65,1% terhadap variabel terikat pada penelitian ini.

## Referensi

- Aprianto, Ronal. 2016. Pengaruh *Brand Image* dan *Getok tular Communication* Terhadap Keputusan Pembelian Kompor Gas Rinnai Pada Konsumen Kelurahan Cereme Taba Kota Lubuk Linggau. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*. Vol 16, 72-87.
- Armstrong dan Kotler. 2003. *Manajemen Pemasaran*, Edisi kesembilan. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Desy, E. (2016). Pengaruh *Brand Image*, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Pancabudi (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi). *Jurnal Ilmiah "DUNLA ILMU," Vol.2 No.1(1)*.
- Erdawati. (2014). Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIE Pasaman Simpang Empat. In *E-Jurnal 2337-3997*.



- Erdawati. (2014). Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIE Pasaman Simpang Empat. *In E-Jurnal* 2337-3997.
- Fahriansyah, & Zubir, E. (2015). Analisis Pengaruh biaya dan Lokasi Terhadap keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Terbuka ( Studi Pada mahasiswa UPBJJ-UT Pontianak ). 5, 32–50.
- Firmansyah. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta. Deepublish.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP
- Hariadi, Doni. 2013. Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Projector Microvision. *Jurnal Ilmu dan Reset Manajemen*. Vol.1 No.1.
- Hawkins, et al. (2007). *Consumer Behavior, 10th Edition*. Mc Graw Hill Australia.
- Hidaya, A.D.S., dan Lubis, D.S.W (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Studi Manajemen*. Vol 1.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Jakarta: PT. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2016). *Marketing Manajemen*. 15 Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Terjemahan oleh Bob Sabran. PT. Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat
- Purwantoro, & Afrizal, A. (2018). Penerapan Rasch Model Dalam Mengukur Sikap Konsumen Dan Getok tular Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Cano Ekonomos*, 7(2).
- Suryani, A.N. (2018). Pengaruh Brand Image dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Manajemen di STIE Rahmadiyah Sekayu (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan Tahun 2013/2014). *Jurnal Manajemen Kompeten*. Vol 1. No.1.
- Swastha, Basu & Irawan. 2005 *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Cv. Andi.
- Triyaningsih, S. L., & Triastity, R. (2016). Pengaruh Citra Perguruan Tinggi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Dengan *Word Of Mouth* Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unisri Surakarta). *Media Konservasi*, 2(1), 11–40.