

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

<http://eprints.ust.ac.id>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Berutu, Endang Kristina

2025

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Universitas Katolik Santo Thomas Medan (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)

<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/588>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS MEDAN
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**



ENDANG KRISTINA B
NPM:210110043

**MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN
2025**

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS MEDAN
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS)**

ENDANG KRISTINA B

NPM: 210110043



**Disahkan Oleh
Ketua Program Studi**

**Disetujui Oleh
Pembimbing**



Dr. Miska Irani Tarigan, MM.
NIDN: 0108108002

Esli Silalahi, SE, M.Si
NIDN: 0128097901

PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS MEDAN
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS)**

ENDANG KRISTINA B

210110043

PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI

Medan, 16 Juni 2025

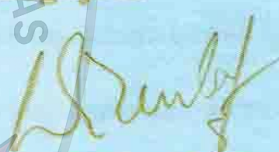
Penguji I



Dra. Roslinda Sagala, M.Si

NIDN:0128106501

Penguji II



Darwis Tamba, S.E., M.Si

NIDN: 0103056601

**UNIKA SANTO THOMAS
Ketua Penguji**



Eslil Silalahi, SE, M.Si

NIDN: 0128097901

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Kornel Munthe

NIDN:0130096702

Ketua Program Studi



Dr. Miska Irani Tarigan, MM

NIDN:0108108002

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Endang Kristina B

NPM : 210110043

Program Studi : Manajemen

Jenjang Program : Strata Satu

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS MEDAN (STUDI KASUS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS)

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri bukan plagiat, baik sebagian ataupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik penelitian ilmiah.

Apabila kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiat dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 24 Juni 2025
Peneliti



Endang Kristina B
210110043

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Endang Kristina B

NPM : 210110043

Program Studi : Manajemen

Jenjang Program : Strata Satu

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS MEDAN (STUDI KASUS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS)

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri bukan plagiat, baik sebagian ataupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik penelitian ilmiah.

Apabila kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiat dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 24 Juni 2025
Peneliti

Endang Kristina B
210110043

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas

Nama : Endang Kistina Berutu
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru, 10 Agustus 2003
Agama : Katolik
Nama Ayah : Raslin Syaputra Berutu
Nama Ibu : Evalin Sihaloho
Alamat Orangtua : Sp 1 Kuala Tolam
Alamat Penulis : Jl. Tanjung Sari, GG. Melati III
Nomor HP : 081270147658

Riwayat Pendidikan

1. 2009-2015 : SD Negeri 013 Pekan Tua
2. 2015-2018 : SMP Negeri 05 Pelalawan
3. 2018-2021 : SMA Negeri 1 Barus
4. Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Katolik Santo Thomas Medan Tahun 2025.

MOTTO

“Janganlah takut jatuh karena yang tidak pernah memanjatlah yang tidak pernah jatuh”

(Buya Hamka)

“Jangan takut gagal karena yang tidak pernah gagal hanyalah orang-orang yang tidak pernah melangkah”

(Buya Hamka)

“Jangan takut salah karena dengan kesalahan yang pertama kita dapat menambah pengetahuan untuk mencari jalan yang benar pada langkah yang kedua”

(Buya Hamka)

ABSTRAK

ENDANG KRISTINA B 210110043, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS MEDAN (FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS)”

Pembimbing: Esli Silalahi, S.E., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas Katolik Santo Thomas Medan (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2022 sampai 2024, dengan jumlah sampel sebanyak 91 orang yang diambil menggunakan teknik *stratified random sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persamaan regresi berganda adalah $Y = 3,297 + 0,600X_1 + 0,560X_2$. Berdasarkan uji t, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih, dengan nilai $t_{hitung} (5.418) > t_{tabel} (1.662)$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Promosi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih, dengan nilai $t_{hitung} (3.871) > t_{tabel} (1.662)$ dan signifikansi $0.000 < 0.05$. Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih dengan nilai $F_{hitung} (177.381) > F_{tabel} (3.10)$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.801 menunjukkan bahwa 80,1% keputusan mahasiswa dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan promosi, sedangkan 19,9% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain seperti biaya, lokasi, dan citra universitas. yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Memilih*

ABSTRACT

ENDANG KRISTINA B 210110043, “THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PROMOTION ON STUDENTS’ DECISION TO CHOOSE UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS MEDAN (FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS)”

Supervisor: Esli Silalahi, S.E., M.Si

This study aims to examine and analyze the influence of service quality and promotion on students’ decision to choose Universitas Katolik Santo Thomas Medan (a case study on students of the Faculty of Economics and Business). Data collection was conducted through questionnaires, interviews, and documentation. The population in this study consisted of all students of the Faculty of Economics and Business from the 2022 to 2024 cohorts, with a sample size of 91 respondents selected using stratified random sampling. The analysis techniques used in this study included validity tests, reliability tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. Data processing was carried out with the assistance of SPSS version 25. The results showed that the multiple regression equation is $Y = 3.297 + 0.600X_1 + 0.560X_2$. Based on the t-test, service quality has a positive and significant effect on the decision to choose, with a calculated t-value (5.418) greater than the critical t-value (1.662) and a significance value of $0.000 < 0.05$. Promotion also has a positive and significant effect on the decision to choose, with a calculated t-value (3.871) greater than the critical t-value (1.662) and a significance value of $0.000 < 0.05$. The F-test results indicate that service quality and promotion simultaneously have a significant effect on the decision to choose, with a calculated F-value (177.381) greater than the critical F-value (3.10) and a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) of 0.801 shows that 80.1% of the students' decision can be explained by service quality and promotion, while the remaining 19.9% is explained by other factors such as cost, location, and university image, which were not examined in this study.

Keywords: *Service Quality, Promotion, Decision Making*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan kasih karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS MEDAN (STUDI KASUS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS)”**. Skripsi ini disusun sebagai syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S1) pada jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.

Dengan penulisan skripsi ini penulis tidak lepas dari berbagai hambatan dan rintangan namun berkat dukungan, bimbingan, bantuan motivasi serta doa dari berbagai pihak maka semua hambatan dan rintangan dapat teratasi. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Maidin Gultom, SH., M, Hum** Selaku Rektor Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
2. Bapak **Dr. Kornel Munthe** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
3. Ibu **Dr. Miska Irani Tarigan MM**, selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Medan.
4. Ibu **Esli Silalahi, S.E., M.Si** Selaku Sekretaris Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Dan sebagai pembimbing penulis yang telah memberikan arahan, masukan dan meluangkan waktu untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu **Dra. Roslinda Sagala, M.Si** selaku dosen penguji pertama yang telah memberikan masukan maupun arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak **Darwis Tamba, S.E., M.Si** selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan masukan maupun arahan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan staf pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan yang telah banyak memberikan pelayanan dan kerjasama yang baik dengan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, Ayahanda Raslin Syahputra Berutu dan Ibunda Evalin Sihaloho, Saya menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua penulis tercinta, yang selalu menjadi sumber kekuatan dan inspirasi dalam hidup saya. Terima kasih atas segala doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan tanpa batas yang telah diberikan sejak awal hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Tanpa dukungan dan doa dari Ayah dan Ibu, penulis tidak akan mampu melewati setiap tantangan dalam proses perkuliahan ini. Semoga skripsi ini menjadi salah satu bentuk kecil dari balasan atas cinta dan perjuangan kalian. Terima kasih telah menjadi sosok panutan yang luar biasa dalam hidup penulis.
9. Teristimewa kepada kedua abang dan kedua adik saya Jhony Alexander Berutu, Simon Fedrik Berutu, Senja Novrianto Berutu, dan Amanda Nikola yang selalu memberikan bantuan, dukungan dan semangat selama proses penyelesaian skripsi ini.
10. Kepada sahabat-sahabat penulis, Anggun Anggraini Sinaga dan Santrina Pasaribu yang sudah menemani, memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Kepada teman-teman dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang turut memberikan dukungan kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis terbuka atas kritik dan saran yang bersifat konstruktif untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih dan mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang. Semoga Tuhan menyertai kita semua.



Medan, 24 Juni 2025
Penulis,

ENDANG KRISTINA B
NPM:200110043

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Pengertian Pemasaran	11
2.1.1. Fungsi Pemasaran	12
2.1.2. Pengertian Bauran Pemasaran.....	12
2.1.3 Elemen Bauran Pemasaran.....	13
2.2. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	14
2.2.1. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan	15
2.2.2. Indikator Kualitas Pelayanan	17
2.3. Pengertian Promosi	19

2.3.1. Tujuan Promosi	21
2.3.2. Indikator Promosi.....	23
2.4. Keputusan Pembelian.....	24
2.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	24
2.4.2. Tahap-Tahap Keputusan Pembelian.....	25
2.4.3. Faktor-faktor keputusan pembelian	26
2.4.4. Indikator Keputusan pembelian	29
2.5. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih	24
2.5.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih	32
2.5.2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Memilih.....	32
2.5.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih	32
2.6 Kerangka Berpikir.....	33
2.7 Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	35
3.2 Populasi Dan Sampel	35
3.2.1. Populasi.....	35
3.2.2. Sampel.....	36
3.3. Operasionalisasi Variabel	37
3.4. Skala Pengukuran Variabel	38
3.5. Teknik Pengumpulan Data	39
3.6. Teknik Analisis Data	40

3.6.1. Uji Validitas.....	40
3.6.2. Uji Reliabilitas	40
3.7. Persamaan Regresi Linear Berganda	41
3.8. Uji Hipotesis	42
3.8.1. Uji t (Uji Parsial).....	42
3.8.2 Uji F (Uji Simultan)	43
3.9. Koefisien Determinasi	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Gambaran Umum Universitas Katolik Santo Thomas Medan	45
4.1.1 Sejarah Universitas Katolik Santo Thomas Medan	45
4.1.2. Tujuan Universitas Katolik Santo Thomas Medan	46
4.1.3. Sasaran Universitas Katolik Santo Thomas Medan	46
4.1.4. Nilai dan Prinsip Universitas Katolik Santo Thomas Medan	47
4.1.5. Moto, Logo dan Makna Lambang Universitas Katolik Santo Thomas Medan.....	47
4.1.6. Akreditasi Institusi	48
4.2. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi Dan Bisnis	49
4.2.1 Sejarah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan	49
4.2.2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis	51
4.2.3. Tujuan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.....	51
4.2.4. Logo Ekonomi Dan Bisnis.....	52
4.2.5. Struktur Organisasi	52

4.2.6. Tugas dan Tanggung Jawab	53
4.3. Karakteristik Responden	55
4.4 Tanggapan Responden.....	56
4.4.1 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan	56
4.4.2 Tanggapan Responden Tentang Promosi.....	60
4.4.3 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Memilih	63
4.5 Hasil Penelitian	67
4.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Parsial	67
4.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Simultan.....	71
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
4.7 Uji Hipotesis	74
4.7.1 Uji Parsial (Uji t).....	74
4.7.2 Uji Simultan (Uji F).....	75
4.8 Koefisien Determinasi.....	75
4.9 Pembahasan.....	76
4.9.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Pada Universitas Katolik Santo Thomas Medan.....	76
4.9.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Pada Universitas Katolik Santo Thomas Medan.....	77
4.9.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Universitas Katolik Santo Thomas Medan.....	78

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83



DAFTAR TABEL

No	Nama Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Yang Masuk Universitas Katolik Santo Thomas Medan Dari Tahun 2022 Sampai Tahun 2024.	7
Tabel 3.1	Jumlah Populasi	35
Tabel 3.2	Jumlah Sampel	37
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel	37
Tabel 3.4	Skala Pengukuran	38
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan (Stambuk)	56
Tabel 4.3	Data instrument Kualitas Pelayanan (X1)	57
Tabel 4.4	Data instrument Promoi (X2)	60
Tabel 4.5	Data instrument Keputusan Memilih (Y)	63
Tabel 4.6	Case Processing Summary (X ₁)	67
Tabel 4.7	Reliability Statistics (X ₁)	68
Tabel 4.8	Item- Total Statistics (X ₁)	68
Tabel 4.9	Case Processing Summary (X ₂)	68
Tabel 4.10	Reliability Statistics (X ₂)	69
Tabel 4.11	Item-Total Statistics (X ₂)	69
Tabel 4.12	Case Processing Summary (Y)	69
Tabel 4.13	Reliability Statistics (Y)	70
Tabel 4.14	Item-Total Statistics (Y)	70
Tabel 4.15	Case Processing Summary	70
Tabel 4.16	Reliability Statistics	70
Tabel 4.17	Item-Total Statistics	71
Tabel 4.18	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	72
Tabel 4.19	Hasil Uji Simultan (Uji t)	73
Tabel 4.20	Hasil Uji Parsial (Uji F)	74
Tabel 4.21	Hasil Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Nama Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Berpikir	34
4.1	Gambar Logo Universitas Katolik Santo Thomas Medan	47
4.2	Gambar Sertifikat Akreditasi Universitas Katolik Santo Thomas Medan	48
4.3	Gambar Sertifikat Akreditasi Program Studi Manajemen S1	50
4.4	Gambar Sertifikat Akreditasi Program Studi Akuntansi S1	50
4.5	Gambar Logo Fakultas Ekonomi dan Bisnis	52
4.6	Gambar Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis	52



DAFTAR LAMPIRAN

NO	Nama Lampiran
1	Kuesioner
2	Data Tabulasi
3	Hasil Pengolahan SPSS
4	Lembar Pengajuan Judul
5	Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis tentang Pengangkatan Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji Skripsi
6	Surat Permohonan Riset
7	Surat Balasan Riset
8	Undangan Seminar Proposal Skripsi
9	Berita Acara Seminar Proposal
10	Daftar Hadir Seminar Proposal
11	Lembar Revisi Seminar Proposal
12	Lembar ACC Penggandaan Skripsi
13	Surat Keterangan Bebas Perpustakaan
14	Surat Undangan Meja Hijau
15	Kartu Bimbingan Skripsi



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran: Pengantar dan Aplikasinya* (Edisi Revisi). Bandung: Alfabeta.
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (2014). *Contemporary Marketing*. Mason: South-Western Cengage Learning.
- Hamid, A., Yusuf, R., & Maulana, M. (2023). *Bauran Pemasaran dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Harper Boyd, W. (2010). *Essentials of Marketing*. Boston: Houghton Mifflin.
- Hermawan, A., (2012). *Strategi Promosi di Era Digital*. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (14th Edition). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- _____. (2018). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- _____. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-13, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi ke-3). Jakarta: Salemba Empat.
- Muin, I. (2010). *Pendidikan sebagai Penentu Status Sosial Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Parasuraman, A., & Berry, L. (2015). *Service Quality*. New York: McGraw-Hill.
- Siswanto, H. B. (2015). *Pengantar Manajemen* (Edisi ke-1, Cetakan ke-11). Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Soekanto, S. (2010). *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2014). *Service Marketing and Quality Management*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (edisi revisi). Yogyakarta: Andi.

Yin, R. K. (2003). *Case Study Research: Design and Methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (6th ed.). McGraw-Hill Education.

JURNAL

Arianto, D. (2019). *Kajian kualitas pelayanan dalam industri jasa*. *Jurnal Manajemen Pelayanan*, 5(2), 45-58.

Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1991). *Marketing Services: Competing Through Quality*. *Journal of Marketing Management*, Vol 9(3), 57–69.

Hasan, A. (2019). *Effect of Service Quality and Promotion on Customer Decisions in Choosing Private Universities in Indonesia*. *International Journal of Business and Management Studies*, Vol 11(2), 45–55.

Hermawan, A. (2012). *Digital Marketing in Indonesia: Opportunities and Challenges*. *Journal of Indonesian Economic Studies*, Vol 48(4), 433–454.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. *Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol 24(1), 34–48.

Lubis, D. S. W., & Hidayat, A. D. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ekobistek*, Vol 9(2), 123–132.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*, Vol 64(1), 12–40.

Rust, R. T., Zahorik, A. J., & Keiningham, T. L. (1995). *Return on quality (ROQ): Making service quality financially accountable*. *Journal of Marketing*, Vol 59(2), 58–70.

Setiadi, N. J. (2015). *Consumer Decision Making in Selecting Higher Education Institution*. *Indonesian Journal of Marketing Science*, Vol 12(2), 112–122.

Shandrya, V. K. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Pada Institut Agama Islam Abdullah Batam*, Vol 2(1), 1–6.

- Syamsudin, B. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap Keputusan mahasiswa memilih kuliah di Universitas Medika Suherman*, Vol 10(2).
- Tjiptono, F., & Diana, F. (2020). *Marketing mix and its impact on consumer behavior in higher education*. *Asian Journal of Business and Management*, Vol 8(3), 97–110.
- Zeithaml, V. A. (1981). *How consumer evaluation processes differ between goods and services*. *Marketing of Services*, Vol 39(1), 186–190.

