



**ANALISIS FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMILIHAN PERGURUAN TINGGI
SWASTA**

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

1. **Setiap Orang** yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMILIHAN PERGURUAN TINGGI SWASTA

**Indra Budaya
Masrida Zasriati
Osi Hayuni Putri
Mauledy Ahmad
Melifia Liantifa**



ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMILIHAN PERGURUAN TINGGI SWASTA

**Diterbitkan pertama kali oleh Penerbit Amerta Media
Hak cipta dilindungi oleh undang-undang *All Rights Reserved*
Hak penerbitan pada Penerbit Amerta Media
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa seizin tertulis dari Penerbit**

Anggota IKAPI

Cetakan Pertama: Maret 2023

15,5 cm x 23 cm

ISBN: 978-623-419-322-0

Penulis:

Indra Budaya
Masrida Zasriati
Osi Hayuni Putri
Mauledy Ahmad
Melifia Liantifa

Editor:

Rizki Azis Abdullah

Desain Cover:

Adji Azizurrachman

Tata Letak:

Ladifa Nanda

Diterbitkan Oleh:

Penerbit Amerta Media

NIB. 0220002381476

Jl. Raya Sidakangen, RT 001 RW 003, Kel, Kebanggan, Kec. Sumbang,
Purwokerto, Banyumas 53183, Jawa Tengah. Telp. 081-356-3333-24

Email: mediaamerta@gmail.com

Website: amertamedia.co.id

Whatsapp: 081-356-3333-24

Isi di luar tanggung jawab penerbit Amerta Media

Kata Pengantar

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia, nikmat, dan rahmat-Nya, sehingga buku ini dapat hadir di tangan para pembaca yang budiman. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW, semoga dihari akhir nanti kita memperoleh syafaatnya dengan menjadi bagian dari umat yang senantiasa menyeru dan mengajak dalam kebajikan, menyinari semesta dengan goresan karya, serta bermanfaat bagi sesama.

Buku ini merupakan suatu pengkajian studi ilmu Manajemen Pemasaran dan Ilmu Ekonomi yang secara spesifik membahas terkait analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan Perguruan Tinggi Swasta dengan keluarga dan motivasi sebagai variabel moderating. Kajian ini diambil dari karya ilmiah yang disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Doktor pada Program Pasca Sarjana Ilmu Ekonomi Universitas Jambi Hasil kajian disajikan dalam ide maupun gagasan yang dituangkan guna mendeskripsikan variabel keluarga dan motivasi sebagai pemoderasi terhadap keputusan Mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta di mana peran keluarga dan motivasi dapat memperkuat atau memper-lemah pengaruh produk, harga dan citra perguruan tinggi.

Terimakasih disampaikan kepada semua pihak yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan buku ini, terutama keluarga tercinta dan guru dari berbagai elemen kehidupan yang telah membantu hingga tahap akhir ini, disamping itu penulis juga mengucapkan terima kasih yang tiada terhingga kepada Bapak Prof.Dr. Samsirizal Tan, Ibu .Dr. Ade Octavia, Ibu .Dr. Muazza selaku Promotor dan co. Promotor yang telah memberi motivasi kepada penulis dalam mengarahkan penulis dalam menyelesaikan program Doktor sampai pada ahirnya buku ini tersusun dengan baik. Penulis berharap buku ini dapat menjadi referensi untuk dapat digunakan sebagai sumber bacaan dan memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya dalam ilmu manajemen pemasaran dan ilmu ekonomi pada umumnya. Saran dan kritik yang

bersifat konstruktif, penulis harapkan guna menyajikan karya selanjutnya menjadi lebih baik.

Kota Tempat Tinggal Penulis,
Februari 2023
Penulis

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL-----	i
TENTANG BUKU-----	iv
KATA PENGANTAR-----	v
DAFTAR ISI-----	vii
BAB 1 Pendahuluan-----	1
BAB 2 Manajemen: Konsep dan Fungsi-----	25
BAB 3 Pemasaran: Definisi dan Fungsi-----	29
BAB 4 Manajemen Pemasaran-----	35
BAB 5 Marketing Mix-----	37
BAB 6 Keputusan Pembelian-----	43
BAB 7 Produk: Definisi, Hirarki, dan Pengukuran-----	61
BAB 8 Harga: Definisi dan Pengukuran-----	69
BAB 9 Citra Perusahaan-----	77
BAB 10 Keluarga dalam Keputusan Pembelian-----	83
BAB 11 Konsep Motivasi-----	87
BAB 12 Preskripsi Kajian-----	101
BAB 13 Profil Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Provinsi Jambi-----	119
BAB 14 Response Rate dan Uji Instrumen Kajian-----	131
BAB 15 Frekuensi Berdasarkan Profil Responden-----	147
BAB 16 Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian-----	187
BAB 17 Penutup-----	215
DAFTAR PUSTAKA-----	220