



Pengaruh Lokasi, Biaya Kuliah dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Kuliah di ITB Semarang

Sekar Ayu Maharani^{1*}, Ahmad Dwi Nurdyanto², Delta Lexi Arbawa³

¹S-1 Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Semarang

*Penulis Korespondensi: sekarayumaharani85@email.com

Abstract. *This study aims to determine and analyze the influence of location, tuition fees, and promotion on student interest in continuing their studies at the Semarang Institute of Technology and Business (ITB). The research focuses on external factors suspected to play a significant role in determining student interest in choosing a university. This study uses a quantitative approach, utilizing primary data obtained through a Google Form-based questionnaire. The study population was all ITB Semarang students, while the sample was 65 students in the 2024/2025 academic year selected through purposive sampling. Data analysis was conducted using multiple linear regression to test the effect of each independent variable on the dependent variable. The results indicate that location, tuition fees, and promotion have a positive and significant influence on student interest in choosing ITB Semarang as a place to continue their higher education. These findings confirm that the more strategic the campus location, the more affordable the tuition fees, and the more effective the promotion, the higher the student interest in enrolling.*

Keywords: *Location, Tuition Fees, Promotion, Interest*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, biaya kuliah, dan promosi terhadap minat mahasiswa untuk melanjutkan studi di Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) Semarang. Fokus penelitian diarahkan pada faktor-faktor eksternal yang diduga memiliki peran penting dalam menentukan minat mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner berbasis *Google Form*. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa ITB Semarang, sedangkan sampel penelitian adalah mahasiswa tahun ajaran 2024/2025 yang dipilih melalui teknik purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 65 orang. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi, biaya kuliah, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa memilih ITB Semarang sebagai tempat melanjutkan pendidikan tinggi. Temuan ini menegaskan bahwa semakin strategis lokasi kampus, semakin terjangkau biaya kuliah, dan semakin efektif promosi yang dilakukan, maka semakin tinggi minat mahasiswa untuk mendaftar.

Kata kunci: Lokasi; Biaya Kuliah; Promosi; Minat

1. LATAR BELAKANG

Pendidikan tinggi merupakan kunci utama peningkatan kualitas sumber daya manusia di era persaingan global. Perguruan tinggi harus beradaptasi dengan perubahan kondisi (Yuliani, 2022), kebutuhan pasar (Kansha Dianita Pramesti, Nur Indah Meisya, 2024), dan ekspektasi calon mahasiswa untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing. Situasi ini mendorong perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta, untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif guna menarik calon mahasiswa.

Bersumber dari data ITB Semarang, bahwa jumlah pendaftar ITB Semarang setiap tahunnya ditetapkan sebanyak 500 orang. Namun, dari tahun 2022 sampai 2024, target tersebut tidak pernah tercapai. Tahun 2022, jumlah pendaftar hanya mencapai 317 orang atau sekitar

63,4% dari target yang ditentukan. Situasi serupa juga terjadi pada tahun 2023 dengan angka 322 orang atau 64,4% dari target. Bahkan tahun 2024, jumlah pendaftar baru yang tercatat mencapai 173 orang, atau setara dengan 34,6 % dari target yang telah ditentukan. Kondisi ini menunjukkan adanya perbedaan antara target yang ditetapkan dengan jumlah pendaftar yang terwujud, yang mencerminkan kesulitan dalam memperoleh minat mahasiswa kuliah secara maksimal setiap tahunnya. Salah satu fenomena yang diamati di berbagai perguruan tinggi, termasuk Institut Teknologi dan Bisnis Semarang, adalah fluktuasi jumlah pendaftar setiap tahunnya.

Hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain lokasi hal ini diperkuat oleh temuan (Wijaya et al., 2023) yang menyatakan bahwa faktor lokasi, termasuk kemudahan akses dan keamanan lingkungan, menjadi salah satu pendorong utama dalam keputusan memilih kampus. Di lingkungan ITB Semarang, tantangan seperti lokasi yang kurang eye-catching bisa berdampak pada penurunan minat mahasiswa kuliah baru. Jika lokasi tidak mendukung visibilitas dan kenyamanan, maka promosi dan program unggulan pun berisiko kurang dikenal oleh calon mahasiswa. Salah satu hal yang menjadi pertimbangan calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi adalah biaya kuliah yang ditawarkan, biaya kuliah ini tidak hanya mencakup UKT atau uang kuliah, tetapi juga biaya hidup, pendaftaran, dan pengeluaran lainnya selama menempuh studi (Irnissa et al., 2024). Selain kedua faktor tersebut, promosi juga berperan penting dalam menarik calon mahasiswa. Menurut (Lahangi, 2024) menemukan bahwa promosi online dan biaya kuliah memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa baru dalam memilih institusi pendidikan tinggi swasta. Penggunaan strategi promosi yang tepat, seperti media sosial, brosur, situs web, dan kegiatan pendidikan, dapat meningkatkan pengenalan dan citra positif perguruan tinggi di masyarakat. Semakin efektif strategi promosi, semakin besar kemungkinan calon siswa akan mengenali institusi tersebut dan mempertimbangkannya sebagai pilihan pendidikan.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, biaya kuliah, dan promosi, terhadap minat mahasiswa kuliah di ITB Semarang.

2. KAJIAN TEORITIS

Lokasi

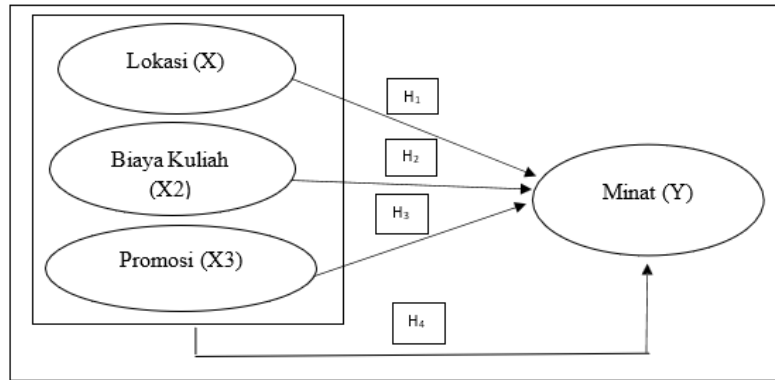
Ersalena & Riva'i, (2023) menyatakan bahwa lokasi sebuah perguruan tinggi mencakup aspek geografis dan aksesibilitas kampus yang secara signifikan memengaruhi keputusan calon mahasiswa dalam memilih tempat kuliah. Penelitian mereka pada mahasiswa baru Universitas Stikubank menemukan bahwa lokasi bersama dengan citra institusi dan kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan studi, meskipun secara parsial pengaruh lokasi sendiri tidak dominan, tetapi secara simultan memberikan kontribusi yang bermakna. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses dan kedekatan geografis menjadi pertimbangan utama bagi calon mahasiswa. Selain itu, (M. M. Asri & Susanto, 2023) menemukan bahwa lokasi kampus secara signifikan mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi S1 Manajemen di FEB UKSW. Hasil ini menekankan pentingnya lokasi strategis dalam menarik minat calon mahasiswa.

Biaya Kuliah

Biaya kuliah merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang maupun jasa (moneter dan non-moneter), baik yang telah terjadi maupun yang mungkin akan terjadi, untuk mewujudkan tujuan (Armawati et al., 2021). Biaya kuliah terdiri atas dua jenis utama: biaya langsung (direct cost) seperti gaji tenaga pengajar, pengadaan fasilitas dan sarana pembelajaran; serta biaya tidak langsung (indirect cost) berupa biaya hidup, transportasi, serta opportunity cost yang tidak langsung terlibat dalam proses pengajaran (Sudarmono & Sopiali, 2020).

Promosi

Menurut (Harahap et al., 2023) , promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Dalam konteks pendidikan, strategi promosi yang tepat dapat menarik minat calon mahasiswa dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti asal sekolah, prestasi akademik, tren minat calon mahasiswa, proses pembelajaran, serta prospek kelulusan para mahasiswa. Hajatina (2024) menekankan bahwa promosi melalui media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan calon mahasiswa dalam memilih institusi pendidikan tinggi. Iklan melalui platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp dapat meningkatkan visibilitas kampus dan menarik minat calon mahasiswa secara efektif. Adapun kerangka pemikiran penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Berpikir Teoritis

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas yaitu lokasi, biaya kuliah, dan promosi terhadap variabel terikat yaitu minat mahasiswa kuliah di Institut Teknologi dan Bisnis Semarang. Desain penelitian ini bersifat eksplanatori (explanatory research) (Sari et al., 2023). Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang merupakan mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Semarang tahun ajaran 2024/2025, dan data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Dengan menggunakan *rumus Slovin* (Kinanti et al., 2021), sampel berjumlah 65 responden. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner melalui google form dan menggunakan skala likert 1-5. Indikator variabel lokasi yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu kemudahan akses, visibilitas, lalu lintas, lingkungan, tempat. Indikator variabel biaya kuliah yaitu biaya pendaftaran, biaya per semester , biaya hidup, kesesuaian biaya. Indikator promosi yaitu penyampaian informasi, strategi komunikasi, penggunaan saluran promosi, kontribusi promosi. Indikator minat yaitu perasaan senang, ketertarikan, perhatian, keterlibatan. Instrumen penelitian telah diuji melalui uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, sehingga instrumen dinyatakan reliabel (Mahkotawati et al., 2025). Data yang terkumpul dianalisis, menggunakan analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh simultan maupun parsial antar variabel. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji-F dan uji-t dengan tingkat signifikansi 0,05. Selain itu, dilakukan uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu calon mahasiswa yang mengikuti proses pendaftaran di Institut Teknologi dan Bisnis Semarang. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert lima poin yang menggambarkan tingkat persetujuan responden (Septiana & Firdonsyah, 2025) terhadap pernyataan terkait variabel lokasi, biaya kuliah, promosi, dan minat mendaftar. Kuesioner didistribusikan secara daring melalui platform digital untuk mempermudah akses serta mempercepat proses pengisian oleh responden. Pengumpulan data dilakukan dalam rentang waktu yang telah ditentukan hingga jumlah responden memenuhi kebutuhan analisis. Selanjutnya, data yang terkumpul diperiksa kelengkapannya sebelum digunakan dalam analisis statistik untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian. Pengumpulan data dilakukan bertempat di lingkungan Institut Teknologi dan Bisnis Semarang.

Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan teknik *Corrected Item–Total Correlation*, dengan kriteria bahwa suatu item dinyatakan valid apabila nilai korelasinya lebih besar dari nilai *r*-tabel pada tingkat signifikansi 0,05 (Zaril et al., 2024). Berdasarkan jumlah responden sebanyak 65, nilai *r*-tabel yang digunakan adalah 0,244, artinya bahwa seluruh variabel dalam penelitian dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk, mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha. Dengan kriteria bahwa suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian, yaitu lokasi, biaya kuliah, promosi, dan minat mahasiswa memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60. Maka demikian, instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Analisis Persamaan Regresi

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Persamaan Regresi

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.406	.762		4.468	<.001
Lokasi	.061	.030	.098	2.024	0.47
Biaya Kuliah	.606	.046	.772	13.044	<.001
Promosi	.128	.040	.186	3.235	.002
a. Dependent Variable: Minat					

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y=3,406+0,061X_1+0,606X_2+0,128X_3$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki kontribusi positif terhadap minat mahasiswa mendaftar di Institut Teknologi dan Bisnis Semarang. Nilai konstanta sebesar 3,406 mengindikasikan bahwa apabila variabel lokasi, biaya kuliah, dan promosi berada pada kondisi konstan atau nilai nol, maka minat mahasiswa mendaftar berada pada tingkat dasar sebesar 3,406. Variabel lokasi memiliki koefisien regresi sebesar 0,061 dengan nilai signifikansi 0,047 ($< 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin strategis lokasi kampus, maka semakin tinggi minat mahasiswa untuk mendaftar. Selanjutnya, variabel biaya kuliah menunjukkan pengaruh paling dominan dengan koefisien regresi sebesar 0,606 dan nilai signifikansi $< 0,001$, sehingga biaya kuliah yang semakin terjangkau akan semakin meningkatkan minat mahasiswa mendaftar. Variabel promosi juga berpengaruh signifikan dengan koefisien regresi sebesar 0,128 dan nilai signifikansi 0,002 ($< 0,05$), yang menunjukkan bahwa semakin efektif strategi promosi yang dilakukan kampus, maka semakin tinggi pula minat calon mahasiswa untuk memilih institusi tersebut.

Uji Hipotesis

Pengaruh Lokasi terhadap Minat Mahasiswa Kuliah di ITB Semarang

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel Lokasi memiliki nilai $t_{hitung} = 2,024 > t_{tabel} = 1,999$ dan $Sig. = 0,047 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin strategis dan mudah dijangkau lokasi kampus, maka semakin besar pula minat mahasiswa untuk mendaftar di ITB Semarang. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Nova Auliyatul Hazizah et al., 2022) bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Luwes Swalayan Ungaran

Pengaruh Biaya Kuliah terhadap Minat Mahasiswa Kuliah di ITB Semarang

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Biaya Kuliah memiliki nilai Nilai $t_{hitung} = 13,044 > t_{tabel} = 1,999$ dan $Sig. < 0,001$. Hal ini berarti biaya kuliah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa, bahkan menjadi variabel yang paling dominan memengaruhi minat dengan nilai $Beta = 0,772$. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa keterjangkauan biaya kuliah menjadi faktor utama yang dipertimbangkan calon mahasiswa. Biaya pendidikan yang sesuai dengan kemampuan ekonomi keluarga akan meningkatkan peluang mahasiswa untuk melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi.

Pengaruh Promosi terhadap Minat Mahasiswa Kuliah di ITB Semarang

Variabel Promosi memiliki nilai Nilai $t_{hitung} = 3,235 > t_{tabel} = 1,999$ dan $Sig. = 0,002 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa. Semakin intensif dan tepat sasaran kegiatan promosi yang dilakukan, semakin besar minat calon mahasiswa untuk mendaftar di ITB Semarang. Hasil Penelitian ini sejalan oleh (Fatmawati et al., 2021) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online pada toko Efabric di Kota Semarang

Pengaruh Lokasi, Biaya Kuliah, dan Promosi terhadap Minat Mahasiswa Kuliah di ITB Semarang

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dengan $Sig. < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi, Biaya Kuliah, dan Promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Mahasiswa kuliah di ITB Semarang.

Ketiga faktor tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi perubahan minat mahasiswa. Lokasi yang strategis, biaya kuliah yang terjangkau, dan promosi yang efektif jika dikelola secara terpadu akan semakin meningkatkan minat mahasiswa untuk memilih ITB Semarang sebagai tempat kuliah

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan disimpulkan bahwa lokasi, biaya kuliah, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa mendaftar di Institut Teknologi dan Bisnis Semarang. Hasil dari analisis regresi menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki arah pengaruh positif dan signifikan, dengan biaya kuliah menjadi variabel yang paling

dominan memengaruhi minat pendaftaran mahasiswa baru. Selain itu, hasil uji ANOVA menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan layak (fit) untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} yang jauh lebih besar dibandingkan F_{tabel} . Hal ini menegaskan bahwa semakin strategis lokasi, semakin terjangkau biaya pendidikan, dan semakin efektif strategi promosi yang dilakukan, maka semakin tinggi minat calon mahasiswa untuk melanjutkan pendidikan di Institut Teknologi dan Bisnis Semarang.

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka saran yang dapat diberikan yaitu perbaikan aspek lokasi dapat dilakukan dengan menambah papan petunjuk, meningkatkan aksesibilitas transportasi, serta memperbaiki fasilitas pendukung di sekitar kampus. Pengelolaan biaya kuliah perlu dipertahankan pada tingkat yang terjangkau dan kompetitif, serta dapat ditunjang dengan penyediaan beasiswa maupun kemudahan skema pembayaran. Bagi ITB Semarang, perlu meningkatkan strategi promosi yang lebih kreatif, khususnya melalui media digital agar kampus lebih dikenal oleh masyarakat luas. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi pihak manajemen ITB Semarang dalam menyusun strategi pemasaran terpadu guna meningkatkan jumlah pendaftar pada tahun-tahun berikutnya.

DAFTAR REFERENSI

- Asri, M. M., & Susanto, A. (2023). 18. Pengaruh Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan Dan Lokasi Kampus Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi S1 Manajemen Feb UKSW. *Innovative : Journal Of Social Science Research*, 3(6), 8828–8842. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/7021>
- Armawati, N., Al-Amien, M. N., & Dzuhri, M. (2021). Pembiayaan Pendidikan Islam: Historis, Pengertian, Fungsi dan Sumber. *Jurnal Tarbiyatuna*, 12(1), 35–48
- Ersalena, M., & Riva'i, A. (2023). Pengaruh Citra Institusi, Lokasi, dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi (Studi Kasus Mahasiswa Baru Universitas Stikubank). *Asean Journal of Islamic Economics*, 1(2), 63–72.
- Fatmawati, A., Yulianto, H., & Nurdyanto, A. D. (2021). 319-Article Text-1091-1-10-20231117. 2(2), 15–21.
- Harahap, R., Siregar, D., Lubis, M. A., & Simanjuntak, R. (2023). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa di Perguruan Tinggi. *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan*, 12(1), 45–54.
- Hajatina, R. (2024). Strategi Promosi Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Institusi Pendidikan Tinggi. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 7(1), 55–66. <https://jkp.ejournal.unri.ac.id/index.php/jkp/article/view/503>
- Irnissa, D. D., Rahmawati, A., Yuliningsih, Surani, & Susanto, B. H. (2024). Pengelolaan biaya pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 3(1), 251–261. <https://doi.org/10.70294/juperan.v3i01.316>

- Kansha Dianita Pramesti, Nur Indah Meisya, R. A. (2024). *Relevansi Lulusan Perguruan Tinggi dengan Dunia Kerja*. 3(4), 236–243. journal.nabest.id/index.php/annajah/article/view/304?utm_source
- Kinanti, N., Putri1, A., & Dwi, A. (2021). Penerapan PIECES Framework sebagai Evaluasi Tingkat Kepuasan Mahasiswa terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akademik Terpadu (SIKADU) pada Universitas Negeri Surabaya. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 2(2), 78–84. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/39730%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id>
- Lahangi, I. (2024). Pengaruh Promosi Online dan Biaya Kuliah terhadap Keputusan Mahasiswa Baru dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 25(1), 45–55. <https://doi.org/10.31294/jimb.v25i1.XXXX>
- Mahkotawati, R., Rijanto, T., & Rusimanto, P. W. (2025). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian: Angket Pengalaman Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada Siswa SMK. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(2), 1830–1835. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i2.6990>
- Nova Auliyatul Hazizah, Sukirman Sukirman, & Ninik Dwi Atmini. (2022). 348- Article Text-1270-1-10-20231221. *Jurnal Ilmiah Ekonomika & Sains*, 3(1), 1–11. [file:///C:/Users/User/Downloads/348-Article Text-1270-1-10- 20231221.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/348-Article%20Text-1270-1-10-20231221.pdf)
- Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Siroj, R. A. (2023). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(1), 10–16. <https://jurnal.itscience.org/index.php/jpsk/article/download/1953/1528>
- Septiana, K. A., & Firdonsyah, A. (2025). Analisis kelayakan Wi-Fi Coin Cleon di PT SaranaInsan MudaSelaras menggunakan Skala Likert Feasibility Analysis of Wi-Fi Coin Cleon at PT SaranaInsan MudaSelaras Using the Likert Scale. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat LPPM Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta*, 3, 932–940. <https://proceeding.unisayogya.ac.id/index.php/prosemnaslppm/article/view/1147>
- Sudarmono, E., & Sopiali, R. (2020). Jenis-Jenis Pembiayaan untuk Penyelenggaraan Pendidikan. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 5(1), 22–31.
- Wijaya, H., Tungadi, R., & Langi, J. (2023). Pengaruh Citra Perguruan Tinggi, Lokasi, dan Biaya terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kampus di Kota Makassar. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Lestari (JOMEL)*, 3(2), 101– 109
- Yuliani, S. (2022). Adaptif di Era Disruptif: Strategi Sekolah Tinggi Teologi Menghadapi Tantangan di Era Disrupsi. *Jurnal Luxnos*, 8(2), 205–218. <https://doi.org/10.47304/jl.v8i2.26>
- Zaril, M., Stit, G., & Nusantara, P. (2024). Hubungan Sarana Dan Prasarana Perpustakaan Terhadap Motivasi Belajar Siswa Kelas Vii Mts Nw Sepit. *Muhamad Zaril Gapari*, 1(1), 1–11. <https://www.jurnal.zarilgapari.org/index.php/faizi>