

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Sesuai dengan rencana analisis yang telah diuraikan pada bagian metodologi, maka untuk menjawab tujuan penelitian, analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan software computer SPSS 17. Tahap pertama adalah gambaran umum menyangkut analisis deskriptif.

Tahap kedua adalah membahas hasil analisis *Pearson Coleration* dan, selanjutnya uji hipotesis. Uji hipotesis menggunakan regresi linear yang secara statistik diharapkan dapat mengidentifikasi dan menjelaskan adanya pengaruh positif faktor sosial dan psikografis terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi.

Analisis regresi linear dilakukan dengan beberapa tahapan. Tahapan pertama yaitu mengetahui ada tidaknya pengaruh positif faktor sosial terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi. Tahapan kedua, mengetahui ada tidaknya pengaruh positif faktor psikografis terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi. Tahapan ketiga, mengetahui adanya pengaruh yang signifikan faktor sosial dan psikografis secara bersamaan terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi. Tahapan keempat untuk mengetahui besarnya kontribusi, jika ada pengaruh pada poin (1), (2), dan (3).

3.1. Hasil Penelitian

Sebelum dilakukan analisis data, terlebih dahulu akan diuraikan gambaran karakteristik responden.

3.1.1. Karakteristik Responden

3.1.1.1. Jenis kelamin

Berdasarkan analisis statistik deskriptif (*descriPTsive statistic*) mahasiswa masing-masing berjenis kelamin sebagaimana Tabel 3.1.

Tabel 3.1. Jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Laki-laki	55	58,9%
2	Perempuan	39	41,1%
	Total	95	100,0%

Mahasiswa Udinus sebagai responden sebanyak 95 orang, berjenis kelamin laki-laki sebesar 59%, dan perempuan sebesar 41%. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa Udinus adalah laki-laki.

3.1.1.2. Tempat tinggal responden

Berdasarkan analisis statistik deskriptif (*descriPTsive statistic*) mahasiswa masing-masing bertempat tinggal sebagaimana Tabel 3.2.

Tabel 3.2. Tempat tinggal

No	Tempat tinggal	Frekuensi	Presentasi (%)
1	Rumah keluarga	73	76,8%
2	Kos	22	23,2%
	Total	95	100,0%

Mahasiswa bertempat tinggal sebagian besar (76,8%) di rumah keluarga, dan sebanyak 23,2% tinggal di kos. Sebagian besar mahasiswa (63,2%) berasal dari Semarang (dalam lampiran).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, dari 95 mahasiswa sebagian besar berasal dari Semarang sesuai dengan lokasi Udinus dan mereka tinggal di rumah keluarga.

3.1.1.3. Uang saku

Berdasarkan hasil dari analisis statistik deskriptif (*descriptive statistic*) besarnya uang saku mahasiswa masing-masing sebagaimana Tabel 3.3.

Tabel 3.3. Uang saku responden

No	Uang saku	Frekuensi	Presentasi (%)
1	<500.000	49	51.6
2	500.000-999.000	38	40.0
3	1.000.000-1.999.000	5	5.3
4	>2.000.000	3	3.2
	Total	95	100,0%

Mahasiswa sebagian besar (51,6%) memiliki uang saku per bulan kurang dari Rp. 500.000 per bulan, dan hanya 3,2 % yang memiliki uang saku lebih dari Rp.2.000.000 per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa uang saku sebagian besar mahasiswa Udinus relatif sedikit, dan mereka melakukan konsumsi tidak lebih dari Rp 16.000,- per hari selama satu bulan.

3.1.1.4. Informasi Udinus

Berdasarkan hasil dari analisis statistik deskriptif (*descriptive statistic*) besarnya jenis-jenis informasi Udinus yang diterima mahasiswa, masing-masing sebagaimana Tabel 3.4.

Tabel 3.4. Informasi Udinus

No	Informasi Udinus	Frekuensi	Prosentase (%)
1	TV	37	38.9
2	Surat kabar	20	21.1
3	Internet	37	38.9
4	Radio	1	1.1
	Total	95	100,0%

Dalam melakukan promosi melalui media komunikasi pemasaran, di samping menggunakan brosur dan baliho pada umumnya, Udinus juga menggunakan surat kabar, televisi, internet, dan radio. Hal ini disebabkan banyak media masa-media masa tersebut yang segmentasinya adalah mahasiswa dan remaja, dan mereka agaknya menggunakan media-media tersebut sebagai sarana dalam memenuhi kebutuhannya akan informasi mengenai Udinus.

Mahasiswa Udinus menyadari bahwa Udinus telah bekerjasama dengan beberapa media masa seperti koran (Suara merdeka dan Seputar Tugu Muda), televisi (TVKU), stasiun-stasiun radio di kawasan Jawa Tengah, dan Udinus memiliki sebuah website (www.dinus.ac.id) untuk penyebaran informasi. Berdasarkan hasil penelitian sumber informasi mengenai Udinus sebagian besar mahasiswa memperoleh dari TV dan Internet. Dari 95 mahasiswa, mereka memperoleh informasi mengenai Udinus dari TV (TVKU) dan Internet (www.dinus.ac.id) yaitu sebanyak 39 %. Sebanyak 21 % mahasiswa memperoleh informasi dari surat kabar (Suara Merdeka), dan 1 % dari radio. Dengan demikian, dalam Udinus

perlu meningkatkan pesan-pesan iklan yang lebih baik mengenai keunggulan-keunggulannya melalui media TV dan Internet.

Jika dilihat prosentase radio yang hanya sebanyak 1% menunjukkan beriklan menggunakan media ini tidak mengenai sasaran, karena faktanya tidak didengar oleh mahasiswa. Sebagai catatan, bagi pihak pemasar Udinus perlu menggarisbawahi hasil penelitian ini.

3.1.2. Hasil Analisis Deskriptif Faktor

1.1.1.1. Indikator Faktor Sosial, Psikografis dan Keputusan Mahasiswa

Melakukan Registrasi

Analisis deskriptif dilakukan untuk mendapatkan gambaran sebaran data dari hasil tanggapan 95 responden (mahasiswa) pada angket. Hasil analisis deskriptif berupa nilai mean, minimum dan maksimum.

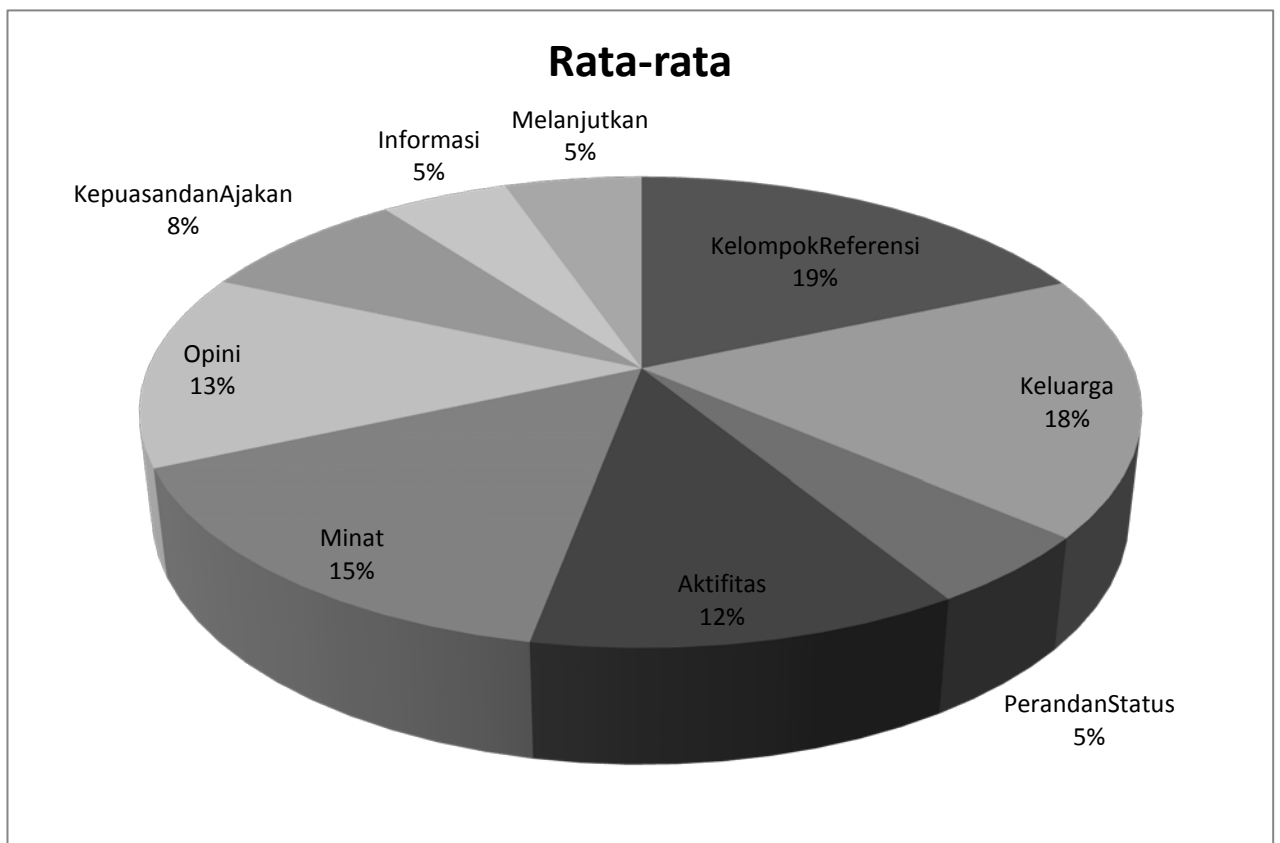
Variabel faktor sosial diindikasikan oleh variabel indikator kelompok referensi, keluarga, peran dan status. Variabel faktor psikografis diindikasikan oleh variabel indikator aktifitas, minat dan opini. Variabel faktor keputusan mahasiswa melakukan registrasi diindikasikan oleh variabel indikator kepuasan dan ajakan, informasi dan melanjutkan.

Pada tabel 3.5 terinformasikan hasil analisis dari masing-masing variabel indikator meliputi: kelompok referensi, keluarga, peran dan status, aktifitas, minat, opini, kepuasan dan ajakan, informasi, dan melanjutkan. Komponen statistik deskriptif meliputi nilai *mean*, *minimum* dan *maksimum*.

Tabel 3.5. Ringkasan Hasil Analisis Deskriptif

Indikator	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
KelompokReferensi	95	23	51	41.47	5.432
Keluarga	95	20	65	40.42	6.909
PerandanStatus	95	6	15	11.02	2.026
Aktifitas	95	14	36	26.41	4.452
Minat	95	22	47	34.58	5.525
Opini	95	16	39	30.19	4.350
KepuasanAjakan	95	5	25	18.27	3.047
Informasi	95	6	15	11.04	1.550
Melanjutkan	95	4	15	11.88	1.762

Sumber : data primer diolah (2012)

Gambar 3.1. Pie diagram indikator faktor sosial dan psikografis

Hasil analisis deskriptif masing-masing variabel indikator:

kelompok referensi, keluarga, peran dan status, aktifitas, minat, opini,

kepuasan dan ajakan, informasi, dan melanjutkan sebagaimana Tabel 3.5. Nilai hasil analisis deskriptif yang diperoleh dari 95 responden untuk masing-masing variabel indikator adalah:

1. **Kelompok referensi.** Nilai rata-rata 41,47 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap indikator kelompok referensi.
2. **Keluarga.** Nilai rata-rata 40,42 pada posisi interval 41-60%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan kurang setuju terhadap indikator keluarga.
3. **Peran dan status.** Nilai rata-rata 11,02 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap indikator peran dan status.
4. **Aktifitas.** Nilai rata-rata 26,41 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap indikator aktifitas.
5. **Minat.** Nilai rata-rata 34,58 pada posisi posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan responden menyatakan setuju terhadap indikator minat.
6. **Opini.** Nilai rata-rata 30,19 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap indikator opini.

7. **Kepuasan dan ajakan.** Nilai rata-rata 18,27 pada posisi interval 61-80% Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan sangat setuju terhadap indikator kepuasan.
8. **Informasi.** Nilai rata-rata 11,04 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap indikator informasi.
9. **Melanjutkan.** Nilai rata-rata 11,88 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap indikator melanjutkan.

Nilai pernyataan pada masing-masing indikator relatif baik, dengan nilai rata-rata tertinggi pada indikator kelompok referensi sebesar 41,47%. Rata-rata mahasiswa menyatakan setuju pada seluruh indikator ditunjukkan dengan nilai rata-ratanya berada pada interval 61-80%, kecuali pada indikator keluarga dinyatakan kurang setuju karena nilai rata-ratanya berada pada interval 41-60%. Sebagian besar mahasiswa menyatakan setuju terhadap faktor sosial dengan indikator kelompok referensi, peran dan status. Sebagian besar mahasiswa menyatakan setuju terhadap faktor psikografis dengan indikator aktifitas, minat dan opini. Sebagian besar mahasiswa menyatakan 'setuju' terhadap faktor keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik dengan indikator kepuasan dan ajakan, informasi, dan melanjutkan. Pernyataan-pernyataan dari masing-masing indikator dapat diterima oleh mahasiswa. Artinya, mahasiswa sangat mempertimbangkan atau benar-benar menilai indikator-indikator dari faktor

sosial, psikografis, dan keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik.

Hasil analisis tersebut perlu dijadikan perhatian bagi tim pemasaran Udinus, terutama perlu meningkatkan perhatian pada indikator keluarga.

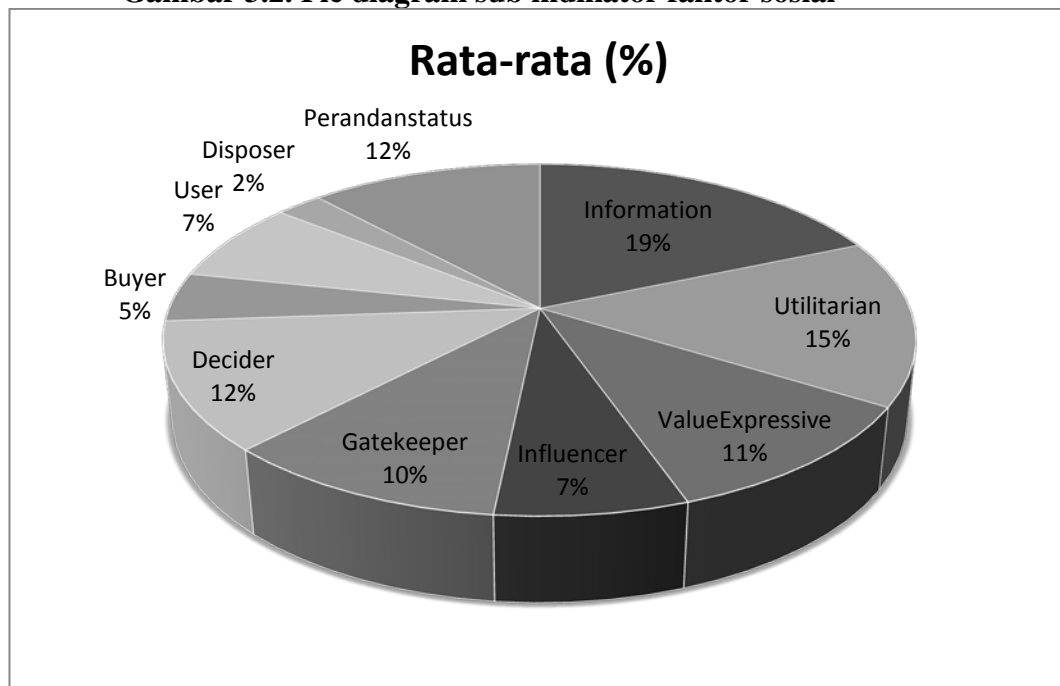
1.1.1.2. Sub Indikator Faktor Sosial

Berdasarkan Tabel frekuensi deskriptif item faktor, dapat dijelaskan beberapa item dari masing-masing indikator faktor sosial, psikografis dan keputusan mahasiswa melakukan registrasi yang memiliki nilai frekuensi paling besar, artinya sebagian besar mahasiswa benar-benar menilai baik dan menganggap penting pada item sub-indikator berikut ini:

Tabel 3.6. Hasil output deskriptif statistik sub indikator faktor sosial

Sub Indikator	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
<i>Information</i>	95	9	24	17.20	2.927
Utilitarian	95	7	19	14.24	2.127
ValueExpressive	95	6	14	10.03	2.086
<i>Influencer</i>	95	2	10	6.52	1.706
<i>Gatekeeper</i>	95	3	15	9.73	2.385
<i>Decider</i>	95	6	15	10.89	2.229
Buyer	95	2	10	4.18	1.896
<i>User</i>	95	3	15	6.92	2.850
<i>Disposer</i>	95	1	5	2.19	.992
Perandanstatus	95	6	15	11.02	2.026

Gambar 3.2. Pie diagram sub indikator faktor sosial



Nilai rata-rata sub indikator faktor sosial dapat diketahui sebagaimana hasil analisis deskriptif pada Tabel 3.6 dan Gambar 3.2 :

1. *Information* (informasi)

Nilai rata-rata 17,2 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap sub indikator *information*.. Diagram pie pada Gambar 3.2 menunjukkan nilai rata-rata indikator informasi sebesar 19%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan ‘Saya sering mendengar sekelompok orang membicarakan keunggulan-keunggulan melanjutkan studi di Udinus’ memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 53,7% (pada lampiran).

2. *Utility* (utilitarian)

Nilai rata-rata 14,24 pada posisi interval 41-60%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan kurang setuju terhadap sub

indikator *utilirarity*. Gambar 3.2 menunjukkan nilai rata-rata indikator informasi sebesar 15%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan ‘Evaluasi dan preferensi keluarga mempengaruhi pilihan saya untuk tetap studi di Udinus’ dan ‘Saya sering mengetahui dan mendengar dari media atau orang lain bahwa Udinus sering memberikan beasiswa dan potongan harga’ memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 53,7% pada kategori setuju (pada lampiran).

3. Value Expressive

Nilai rata-rata 10,3 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap sub indikator *value expressive*. Gambar 3.2 menunjukkan nilai rata-rata sub indikator *value expressive* sebesar 11%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan ‘Saya merasa lebih percaya diri menjadi mahasiswa Udinus’ memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 57,9% pada kategori setuju (pada lampiran).

4. Influencer

Nilai rata-rata 6,52 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap sub indikator *influencer*. Gambar 3.1 menunjukkan nilai rata-rata sub indikator *influencer* sebesar 7%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan ‘Keluarga tetap menginginkan saya tetap studi di Udinus karena banyak penawaran beasiswa dan program unggulan’ memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 41,1% pada kategori setuju (pada lampiran).

5. Gatekeeper

Nilai rata-rata 9,73 pada posisi interval 61-80% . Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap sub indikator *gatekeeper*. Gambar 3.2 menunjukkan nilai rata-rata sub indikator *gatekeeper* sebesar 10%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan ‘Keluarga menginginkan saya untuk tetap studi di Udinus daripada di PT yang lain’ memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 38,9% pada kategori setuju (pada lampiran).

6. Decider

Nilai rata-rata 10,89 pada posisi interval 41-60%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan terhadap sub indikator *decider*. Gambar 3.2 menunjukkan nilai rata-rata sub indikator *decider* sebesar 12%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan ‘Keluarga menjadi faktor terkuat bagi saya untuk studi di Udinus hingga masa kelulusan karena seluruh biaya di tanggung oleh keluarga’ memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 55,8% pada kategori setuju (pada lampiran).

7. Buyer

Nilai rata-rata 4,18 pada posisi interval 41-60%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan kurang setuju terhadap sub indikator *buyer*. Gambar 3.2 menunjukkan nilai rata-rata sub indikator *buyer* sebesar 5%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan ‘Saya memiliki keluarga yang sedang melanjutkan studi di Udinus’ memiliki nilai

frekuensi tertinggi yaitu 33,7% pada kategori sangat tidak setuju (pada lampiran).

8. User

Nilai rata-rata 6,92 pada posisi interval 41-60%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan kurangnya setuju terhadap sub indikator *buyer*. Gambar 3.2 menunjukkan nilai rata-rata sub indikator *buyer* sebesar 7%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan 'Saya memiliki keluarga yang pernah bekerja di Udinus' memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 38,9% pada kategori tidak setuju. (pada lampiran).

9. Disposer

Nilai rata-rata 2,19 pada posisi interval 41-60%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan kurang setuju terhadap sub indikator *disposer*. Gambar 3.2 menunjukkan nilai rata-rata sub indikator *disposer* sebesar 2%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan 'Saya memiliki keluarga yang memutuskan untuk berhenti/cuti melanjutkan studi di Udinus bukan karena faktor ekonomi' memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 36,8% pada kategori tidak setuju. (pada lampiran).

10. Peran dan status

Nilai rata-rata 11,02 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan terhadap sub indikator peran dan status. Gambar 3.2 menunjukkan nilai rata-rata sub indikator peran dan status sebesar 12%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan 'Saya merasa dengan menjadi mahasiswa Udinus dapat merubah gaya hidup

yang lebih baik dibandingkan mahasiswa di PT lainnya' memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 41,1% pada kategori setuju (pada lampiran).

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada kategori sub indikator faktor sosial maka dapat dijelaskan sub indikator faktor sosial yang memiliki nilai frekuensi paling besar, artinya sebagian besar mahasiswa benar-benar menilai baik dan menganggap penting pada item sub-indikator sub indikator tersebut. Sub indikator *information* memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu 17,2 pada interval 61-80%, dan 19% pada diagram pie. Sub indikator *information* termasuk pada indikator kelompok referensi. Mahasiswa kerap menerima opini orang lain sewaktu memberikan bukti yang dapat dipercaya dan diutuhkan mengenai realitas produk dan jasa Udinus. Konsumen secara sengaja mencari informasi untuk mengurangi risiko salah dalam membuat keputusan. Konsumen yang membeli produk/jasa mencari informasi yang disediakan oleh kelompok referensi yang sudah memiliki pengalaman dalam menggunakan produk/jasa tersebut. Dalam hal ini mahasiswa sering mendengar sekelompok orang membicarakan keunggulan-keunggulan melanjutkan studi di Udinus (53,7%).

Berdasarkan analisis deskriptif frekuensi (pada lampiran) pada item pernyataan 'Saya merasa lebih percaya diri menjadi mahasiswa Udinus' memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 57,9% pada kategori setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mahasiswa sangat mempertimbangkan atau benar-benar menilai item pernyataan tersebut. Item pernyataan 'Saya memiliki keluarga yang sedang melanjutkan studi di Udinus' memiliki nilai

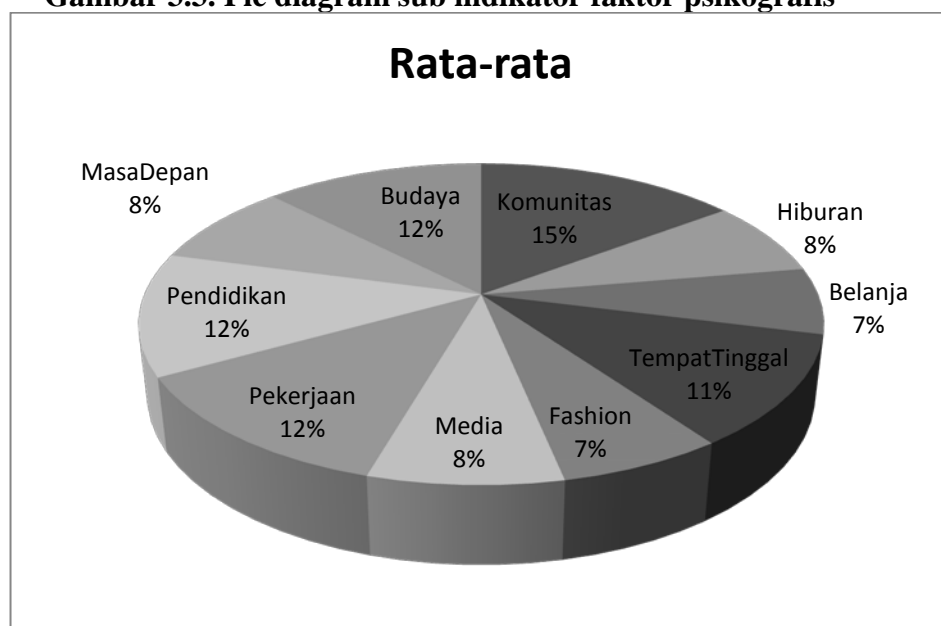
frekuensi tertinggi 33,7 % pada kategori kurang setuju. Hasil analisis menunjukkan bahwa tim pemasaran Udinus perlu meningkatkan perhatian pada item-item pernyataan tersebut.

1.1.1.3. Sub Indikator Faktor Psikografis

Tabel 3.7. Hasil output deskriptif statistik sub indikator faktor sosial

Sub Indikator	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Komunitas	95	4	20	13.46	3.182
Hiburan	95	3	10	6.87	1.468
Belanja	95	2	10	6.07	1.677
Tempat tinggal	95	3	15	10.18	2.159
<i>Fashion</i>	95	2	10	6.02	2.073
Media	95	2	10	7.08	1.661
Pekerjaan	95	4	15	11.29	2.264
Pendidikan	95	6	15	11.26	1.909
Masa depan	95	3	10	7.66	1.478
Budaya	95	4	15	11.26	1.858

Gambar 3.3. Pie diagram sub indikator faktor psikografis



Nilai rata-rata sub indikator faktor sosial dapat diketahui sebagaimana hasil analisis deskriptif pada Tabel 3.7 dan Gambar 3.2 :

1. Komunitas

Nilai rata-rata 14,46 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap sub indikator komunitas.. Diagram pie pada Gambar 3.3 menunjukkan nilai rata-rata indikator komunitas sebesar 15%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan ‘Saya merasa senang dan puas dengan mengikuti berbagai macam komunitas di Udinus’ memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 49,5% pada kategori setuju (pada lampiran).

2. Hiburan

Nilai rata-rata 6,8 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap sub indikator hiburan.. Diagram pie pada Gambar 3.3 menunjukkan nilai rata-rata indikator hiburan sebesar 8%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan ‘Saya sering mendapatkan fasilitas hiburan (musik, talkshow, seminar, dll) di Udinus; memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 45,3% pada kategori setuju (pada lampiran).

3. Belanja

Nilai rata-rata 6,07 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap sub indikator belanja.. Diagram pie pada Gambar 3.3 menunjukkan nilai rata-rata indikator belanja sebesar 7%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan

'Saya sering mendapatkan promo dan diskon di beberapa pusat fasilitas belanja (food court, *fashion*, kesehatan, salon, dll) yang bekerjasama dengan Udinus' memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 45,3% pada kategori kurang setuju (pada lampiran).

4. Tempat tinggal

Nilai rata-rata 10,8 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap sub indikator tempat tinggal. Diagram pie pada Gambar 3.3 menunjukkan nilai rata-rata indikator tempat tinggal sebesar 11%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan 'Disekitar lokasi Udinus banyak tersedia tempat kos' memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 49,5% pada kategori setuju (pada lampiran).

5. Fashion

Nilai rata-rata 6,02 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan terhadap sub indikator *fashion*. Diagram pie pada Gambar 3.3 menunjukkan nilai rata-rata indikator *fashion* sebesar 7%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan 'Saya dapat memakai berbagai model *fashion* yang saya inginkan selama proses studi di Udinus' memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 32,6% pada kategori setuju (pada lampiran).

6. Media

Nilai rata-rata 7,08 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap sub indikator

media.. Diagram pie pada Gambar 3.3 menunjukkan nilai rata-rata indikator media sebesar 8%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan 'Udinus menyediakan informasi-informasi yang sedang berkembang di masyarakat serta pengetahuan umum yang aktual dan bermanfaat' memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 47,7% pada kategori setuju (pada lampiran).

7. Pekerjaan

Nilai rata-rata 11,29 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap sub indikator pekerjaan.. Diagram pie pada Gambar 3.3 menunjukkan nilai rata-rata indikator pekerjaan sebesar 12%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan 'Udinus telah bekerja sama dengan berbagai instansi dalam hal pengembangan karir bagi alumninya' memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 51,6% pada kategori setuju (pada lampiran).

8. Pendidikan

Nilai rata-rata 11,26 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap sub indikator pendidikan.. Diagram pie pada Gambar 3.3 menunjukkan nilai rata-rata indikator pendidikan sebesar 12%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan 'Saya yakin Udinus mampu memenuhi standar penyelenggaraan pendidikan tinggi sesuai dengan visi misinya secara konsisten' memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 61,1% pada kategori setuju (pada lampiran).

9. Masa depan

Nilai rata-rata 7,66 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap sub indikator masa depan.. Diagram pie pada Gambar 3.3 menunjukkan nilai rata-rata indikator masa depan sebesar 8%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan ‘Saya yakin Udinus mampu memenuhi standar penyelenggaraan pendidikan tinggi sesuai dengan visi misinya secara konsisten’ memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 61,1% pada kategori setuju (pada lampiran).

10. Budaya

Nilai rata-rata 11,26 pada posisi interval 61-80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap sub indikator budaya.. Diagram pie pada Gambar 3.3 menunjukkan nilai rata-rata indikator budaya sebesar 12%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, item pernyataan ‘Studi di Udinus dapat mengubah cara hidup, berkomunikasi, berpikir, dan cara bagaimana mencapai kesejahteraan’ memiliki nilai frekuensi tertinggi yaitu 71,6% pada kategori setuju (pada lampiran).

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada kategori sub indikator faktor psikografis maka dapat dijelaskan sub indikator faktor psikografis yang memiliki nilai frekuensi paling besar, artinya sebagian besar mahasiswa benar-benar menilai baik dan menganggap penting pada item sub-indikator sub indikator tersebut. Sub indikator komunitas memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu 13,46 pada interval, dan 15% pada diagram pie. Sub indikator komunitas termasuk pada indikator aktifitas. Mahasiswa sangat

memperhatikan manfaat yang dapat dihasilkan dari produk dan jasa Udinus selama masa studi. Mahasiswa sangat mempertimbangkan bagaimana mahasiswa dapat menghabiskan waktu dan uangnya melalui berbagai aktifitas yang dapat dilakukan di lingkungan Udinus. Dalam hal ini mahasiswa merasa senang dan puas dengan mengikuti berbagai macam komunitas di Udinus (49,5%).

Berdasarkan analisis deskriptif frekuensi (pada lampiran) pada item pernyataan 'Studi di Udinus dapat mengubah cara hidup, berkomunikasi, berpikir, dan cara bagaimana mencapai kesejahteraan' 71,6% pada kategori setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mahasiswa sangat mempertimbangkan atau benar-benar menilai item pernyataan tersebut. Item pernyataan 'Akses menuju lokasi Udinus cukup terjangkau' memiliki nilai frekuensi tertinggi 46,3% pada kategori kurang setuju. Hasil analisis menunjukkan bahwa tim pemasaran Udinus perlu meningkatkan perhatian pada item-item pernyataan tersebut.

1.1.2. Hasil Analisis Tabulasi Silang (*probability*)

1.1.2.1. Faktor sosial terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi

Tabel 3.8. Faktor sosial terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi
Chi-Square Tests

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1021.3398 ^a	950	.000
Likelihood Ratio	371.081	950	1.000
Linear-by-Linear Association	7.409	1	.006
N of Valid Cases	95		

a. 1100 cells (100.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

Berdasarkan Tabel 3.8 dapat disimpulkan sebuah keputusan bahwa nilai *Asymp.Sig* menunjukkan nilai probabilitas 0,000, dan lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak. Dengan demikian disimpulkan bahwa faktor sosial memiliki hubungan positif dengan keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik. Artinya, bahwa keputusan mahasiswa melakukan registrasi dalam arti ia puas, bersedia mengajak orang lain, bersedia mendapatkan informasi dan melanjutkan secara positif dipengaruhi oleh indikator faktor sosial meliputi; kelompok referensi, keluarga, peran dan status pada lingkungan sosialnya.

Terdapatnya pengaruh yang positif pada faktor sosial menyebabkan tim pemasar Udinus perlu mempertahankan faktor ini untuk lebih meningkatkan keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik.

1.1.2.2. Faktor psikografis terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi

Tabel 3.9. Faktor psikografis terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi

Chi-Square Tests			
	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1226.639 ^a	1000	.000
Likelihood Ratio	381.227	1000	1.000
Linear-by-Linear Association	21.139	1	.000
N of Valid Cases	95		

a. 1025 cells (100.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

Berdasarkan Tabel 3.9 dapat disimpulkan sebuah keputusan bahwa nilai *Asymp.Sig* menunjukkan nilai probabilitas 0,000, dan lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak. Dengan demikian disimpulkan bahwa faktor psikografis mahasiswa memiliki hubungan positif dengan keputusan mahasiswa melakukan registrasi. Artinya, bahwa keputusan mahasiswa melakukan registrasi dalam arti ia puas, bersedia mengajak orang lain, bersedia mendapatkan informasi dan melanjutkan secara positif dipengaruhi oleh indikator faktor psikografis meliputi; aktifitas, minat dan opini.

Terdapatnya pengaruh yang positif pada faktor psikografis menyebabkan tim pemasar Udinus perlu mempertahankan faktor ini untuk lebih meningkatkan keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik.

1.1.3. Hasil Analisis *Pearson's correlation*

Untuk mengetahui tinggi rendahnya hubungan antara faktor sosial dan psikografis secara parsial dengan keputusan mahasiswa melakukan

registrasi dapat dilihat dari tabel *correlation* (pada lampiran 4). Dari hasil perhitungan SPSS versi 17 didapat hasil nilai r sebagai berikut:

Tabel 3.10. Hasil korelasi faktor sosial, psikografis dengan keputusan mahasiswa melakkan registrasi

Faktor	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
Sosial	0,281**	0,003
Psikografis	0,487**	0,000

Tabel 3.10 secara statistik menunjukkan bahwa:

1. Tanda positif (0,281) menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah positif, artinya semakin tinggi faktor sosial maka semakin tinggi keputusan mahasiswa melakukan registrasi. Nilai faktor sosial memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai r sebesar 0,281. Artinya, adalah terdapat hubungan yang lemah antara nilai faktor sosial dengan keputusan mahasiswa melakukan registrasi. Artinya, apabila terjadi peningkatan pengaruh faktor sosial, maka keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik akan meningkat sebesar 0,281, begitu pula sebaliknya. Semua mahasiswa yang dipengaruhi oleh faktor sosial yang lemah memiliki tingkat keputusan melakukan registrasi yang rendah pula.
2. Nilai faktor psikografis memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai r sebesar 0,487, artinya adalah terdapat hubungan yang cukup kuat antara nilai faktor psikografis dengan keputusan mahasiswa melakukan registrasi. Artinya, apabila terjadi peningkatan pengaruh faktor psikografis, maka keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik akan meningkat sebesar 0,487. Semua mahasiswa yang dipengaruhi oleh

faktor psikografis yang cukup kuat memiliki tingkat keputusan melakukan registrasi akademik yang cukup kuat pula.

Jika dibandingkan pengaruhnya, keputusan mahasiswa melakukan registrasi lebih kuat dipengaruhi oleh faktor psikografis melalui indikator aktifitas, minat dan opini dibandingkan faktor sosialnya melalui kelompok referensi, keluarga, peran dan status. Pihak tim pemasaran Udinus perlu meningkatkan faktor-faktor tersebut untuk lebih meningkatkan keputusan mahasiswa melakukan registrasi, terutama pada pengaruh faktor sosialnya.

Oleh karena faktor sosial dan psikografis mempunyai hubungan yang positif signifikan dengan keputusan mahasiswa melakukan registrasi, maka kedua faktor tersebut digunakan lagi dalam analisa hipotesis selanjutnya.

1.2. Pembahasan (uji hipotesis)

Berdasarkan hasil regresi linear berganda dengan kriteria pengambilan keputusan menggunakan uji T dan uji F dengan bantuan program SPSS versi 17 diperoleh hasil sebagai berikut:

1.2.1. Uji T (koefisien)

1.2.1.1. Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi

Tabel 3.11. Hasil uji T faktor sosial mempengaruhi keputusan mahasiswa melakukan registrasi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29.225	4.278		6.831	.000
	Sosial	.129	.046	.281	2.821	.006

a. Dependent Variable: Keputusan mahasiswa registrasi

Persamaan regresi tersebut menunjukkan nilai koefisien regresi semua variabel faktor sosial bertanda positif, akan tetapi sangat kecil pengaruhnya.

Nilai t_{hitung} (2,821) lebih besar daripada t_{tabel} sebesar 1,985 maka artinya terdapat pengaruh yang signifikan pada faktor psikografis terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi. Koefisien (Beta) regresi faktor sosial mempunyai tanda positif yaitu 0,129. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh faktor sosial searah dengan keputusan mahasiswa melakukan registrasi, kesimpulannya faktor sosial berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi. Semakin tinggi faktor sosial mempengaruhi mahasiswa, maka semakin tinggi keputusan mahasiswa melakukan registrasi. Artinya, apabila terjadi peningkatan pada pengaruh

faktor sosial, maka keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik akan semakin meningkat sebesar 0,129, begitu pula sebaliknya.

Pihak tim pemasaran Udinus perlu meningkatkan pengaruh faktor sosial tersebut untuk lebih meningkatkan keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik.

Tabel 3.12. Nilai Adjust R faktor sosial terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.281 ^a	.079	.069	5.169	1.829

a. Predictors: (Constant), Sosial

b. Dependent Variable: Keputusan mahasiswa registrasi

Nilai koefisien determinasi R^2 (*Adjusted R Square*) pada Tabel 3.12 dapat diketahui adalah 0,69. Artinya, sumbangan pengaruh dari variabel faktor sosial terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi yaitu 6,9% sedangkan sisanya 93,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti (budaya, psikologi, kepribadian lainnya). Karena distribusi pengaruh sosial yang dihasilkan relatif kecil, maka hasil tersebut perlu dijadikan evaluasi tim pemasaran Udinus untuk meningkatkan perhatian pada pengaruh lingkungan sosial mahasiswa untuk lebih meningkatkan keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik.

1.2.1.2. Pengaruh faktor sosial berdasarkan indikator kelompok referensi, keluarga, peran dan status terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik

Tabel 3.13. Hasil uji T indikator kelompok referensi, keluarga, peran dan status mempengaruhi keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.680	4.313		6.186	.000
	KelompokReferensi	.258	.118	.261	2.179	.032
	Keluarga	-.049	.086	-.064	-.577	.565
	PerandanStatus	.529	.299	.200	1.770	.080

a. Dependent Variable: KeputusanMhswaReg

Dari persamaan regresi diatas diketahui bahwa nilai koefisien regresi indikator variabel kelompok referensi dan peran dan status bernilai positif, kecuali pada indikator keluarga memiliki nilai -0,049, sangat kecil pengaruhnya dari indikator variabel lainnya.

Artinya, apabila terjadi peningkatan pengaruh indikator keluarga, maka akan semakin menurunkan keputusan mahasiswa melakukan registrasi sebesar -0,049. Hal tersebut perlu dijadikan evaluasi tim pemasaran Udinus untuk meningkatkan pengaruh lingkungan keluarga untuk lebih meningkatkan keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik.

Tabel 3.14. Nilai Adjust R indikator kelompok referensi, keluarga, peran dan status terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi

No	Indikator faktor sosial	Adjust R
1.	Kelompok referensi	10,0 %
2.	Keluarga	00,5%
3	Peran dan status	8,5 %

Nilai koefisien determinasi R^2 (*Adjusted R Square*) pada Tabel 3.14 dapat diketahui indikator kelompok referensi sebesar 10,0%, keluarga 0,5% dan peran dan status 8,5%. Artinya, sumbangan pengaruh dari indikator faktor sosial yang paling besar terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi adalah indikator kelompok referensi, dilanjutkan dengan indikator peran dan status. Indikator keluarga hampir tidak memberikan kontribusi pengaruh karena nilainya hanya 0,5%.

Hasil tersebut menunjukkan pengaruh indikator keluarga perlu dijadikan perhatian yang paling besar bagi tim pemasaran Udinus untuk lebih ditingkatkan lagi, agar keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik semakin meningkat.

1.2.1.3. Pengaruh faktor psikografis terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi

Tabel 3.15. Hasil uji T faktor psikografis mempengaruhi keputusan mahasiswa melakukan registrasi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.721	3.837		5.401	.000
	Psikografis	.225	.042	.487	5.380	.000

a. Dependent Variable: KeputusanMhswReg

Dari persamaan regresi tersebut diketahui bahwa nilai koefisien regresi semua variabel faktor psikografis bertanda positif.

Dari nilai t_{hitung} (5,380) lebih besar daripada t_{tabel} sebesar 1,985 maka artinya terdapat pengaruh yang signifikan pada faktor psikografis terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi.

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa koefisien (Beta) regresi faktor psikografis mempunyai tanda positif yaitu 0,225. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh faktor sosial searah dengan keputusan mahasiswa melakukan registrasi, kesimpulannya faktor psikografis berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi. Semakin tinggi faktor psikografis mempengaruhi mahasiswa, maka semakin tinggi keputusan mahasiswa melakukan registrasi. Artinya, apabila terjadi peningkatan pada pengaruh faktor psikografis, maka keputusan mahasiswa

melakukan registrasi akademik akan semakin meningkat sebesar 0,225, begitu pula sebaliknya .

Pihak tim pemasaran Udinus perlu mempertahankan dan meningkatkan pengaruh faktor psikografis tersebut untuk lebih meningkatkan keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik.

Tabel 3.16. Nilai Adjust R faktor psikografis terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.487 ^a	.237	.229	4.703	1.849

a. Predictors: (Constant), Psikografis

b. Dependent Variable: KeputusanMhswReg

Nilai koefisien determinasi R^2 (Adjusted R Square) pada Tabel 3.16 dapat diketahui adalah 0,229. Artinya, sumbangan pengaruh dari variabel faktor psikografis yaitu 22,9% sedangkan sisanya 78,1% dipengaruhi oleh faktor lain, yaitu faktor budaya, kepribadian dan psikologi. Meskipun relatif kecil, namun kontribusi pengaruh yang dihasilkan faktor psikografis lebih besar dibandingkan faktor sosial (6,9%). Hasil tersebut perlu dijadikan evaluasi tim pemasaran Udinus untuk mempertahankan dan meningkatkan pengaruh lingkungan psikografis mahasiswanya untuk lebih meningkatkan keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik.

1.2.1.4. Pengaruh faktor psikografis berdasarkan indikator aktifitas, minat dan opini (AIO) terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik

Tabel 3.17. Hasil uji T indikator aktifitas, minat dan opini mempengaruhi keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.005	3.686		5.156	.000
Aktifitas	-.138	.125	-.115	-1.104	.272
Minat	.251	.115	.259	2.194	.031
Opini	.568	.123	.461	4.612	.000

a. Dependent Variable: KeputusanMhswReg

Dari persamaan regresi diatas diketahui bahwa nilai koefisien regresi indikator variabel minat dan opini bernilai positif, kecuali pada indikator aktifitas memiliki nilai -0,138, sangat kecil pengaruhnya dari indikator variabel lainnya. Indikator aktifitas tidak memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi. Artinya, apabila terjadi peningkatan pengaruh indikator aktifitas, maka akan semakin menurunkan keputusan mahasiswa melakukan registrasi sebesar -0,138. Hasil tersebut perlu dijadikan evaluasi tim pemasaran Udinus untuk meningkatkan pengaruh indikator aktifitas untuk lebih meningkatkan keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik.

Tabel 3.18. Nilai Adjust R indikator aktifitas, minat dan opini terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi

No	Indikator faktor sosial	Adjust R
1.	Aktifitas	1,8 %
2.	Minat	18,6%
3	Opini	31,6%

Nilai koefisien determinasi R^2 (*Adjusted R Square*) pada Tabel 3.18 dapat diketahui indikator aktifitas sebesar 1,8%, minat 18,6% dan opini 31,6%. Artinya, sumbangan pengaruh dari indikator faktor psikografis yang paling besar terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi adalah indikator opini dilanjutkan dengan indikator minat dan aktifitas.

Hasil tersebut menunjukkan pengaruh dari indikator aktifitas perlu dijadikan perhatian yang paling besar bagi tim pemasaran Udinus untuk lebih meningkatkan keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik.

1.2.2. Uji F (*anova*)

1.2.2.1. Pengaruh faktor dan pskiografis secara bersamaan terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik

Pengujian hipotesis ketiga dilakukan dengan uji F seperti pada Tabel 3.19 berikut:

Tabel 3.19. Uji F faktor sosial dan psikografis terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	617.479	2	308.740	13.659	.000 ^a
	Residual	2079.721	92	22.606		
	Total	2697.200	94			

a. Predictors: (Constant), Psikografis, Sosial

b. Dependent Variable: Keputusan mahasiswa registrasi

Berdasarkan Tabel 3.18 maka diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 13,659. Ini berarti bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{htabel} sebesar 3,094. Hal ini memberikan arti bahwa variabel-variabel faktor sosial dan psikografis memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi. Dengan demikian h_0 yang menyatakan bahwa “tidak dapat pengaruh yang signifikan faktor sosial dan psikografis secara bersamaan terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi” ditolak, dan berarti h_a yang menyatakan: ‘Terdapat pengaruh yang signifikan faktor sosial dan psikografis secara bersama-sama terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik’ diterima.

Artinya, secara simultan dapat disimpulkan keputusan mahasiswa melakukan registrasi pada mahasiswa Udinus T.A 2010/2011 disebabkan oleh pengaruh faktor sosial berdasarkan indikator kelompok referensi, keluarga, peran dan status dan faktor psikografis berdasarkan indikator aktifitas, minat dan opini. Tim pemasaran Udinus dalam usahanya meningkatkan keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik harus mempertahankan dan meningkatkan faktor sosial dan psikografis yang mempengaruhi mahasiswanya.

Tabel 3.20. Nilai Adjust R faktor sosial dan psikografis terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.493 ^a	.243	.226	4.711	1.853

a. Predictors: (Constant), Psikografis, Sosial

b. Dependent Variable: KeputusanMhswReg

Nilai koefisien determinasi R^2 (*Adjusted R Square*) pada Tabel 3.20 adalah 0,226. Artinya, sumbangan pengaruh dari variabel faktor sosial dan psikografis secara parsial yaitu 22,6% sedangkan sisanya 78,4% dipengaruhi oleh faktor lain yaitu sosial, budaya, psikologi, dan kepribadian lainnya.

Kontribusi pengaruh yang dihasilkan faktor sosial dan psikografis terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi relatif kecil (22,6%). Hasil ini perlu dijadikan evaluasi pemasar Udinus untuk meningkatkan pengaruh lingkungan sosial dan psikografis untuk lebih meningkatkan keputusan mahasiswa melakukan registrasi.

Berdasarkan nilai *adjust r* pada Tabel 3.20 dapat diketahui bahwa selain faktor sosial dan psikografis yang hanya berkontribusi sebesar 22,6%, terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan mahasiswa melakukan registrasi. Bagi tim pemasaran Udinus dalam usahanya meningkatkan keputusan mahasiswa melakukan registrasi harus

mempertahankan dan meningkatkan faktor sosial dan psikografis yang mempengaruhi mahasiswanya.

Dengan demikian berdasarkan hasil analisis menggunakan uji regresi dengan pengambilan keputusan menggunakan uji T dan uji F, maka diperoleh hasil temuan untuk menjawab hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Faktor sosial secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik.
2. Faktor psikografis secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik.
3. Faktor sosial dan psikografis secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik.

Untuk menyempurnakan pemahaman tim pemasaran Udinus mengenai perilaku mahasiswanya dapat dilakukan penelitian lanjut berkaitan dengan faktor budaya, psikologis dan kepribadian lain mahasiswa yang mempunyai pengaruh terhadap keputusan mahasiswa melakukan registrasi akademik.