

## **Strategi Memenangkan Hati Calon Mahasiswa : Pengaruh Kualitas Informasi, Fasilitas, dan Alumni Terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi**

**Muhammad Roestian Fahmi Nasution<sup>1</sup>, Sugiharto Pujangkoro<sup>2</sup>, Beby Karina Fawzee Sembiring<sup>3</sup>**

Program Studi Magister Maqgnajemen, Sekolah Pasca Sarjana, Universitas Sumatera Utara, Indonesia

### **Abstract**

Keputusan calon mahasiswa untuk memilih Perguruan Tinggi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti Kualitas Informasi, Fasilitas, dan Alumni. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi, fasilitas, dan alumni terhadap keputusan calon mahasiswa dalam memilih Politeknik WBI. Populasi penelitian ini mencakup mahasiswa aktif angkatan 2019, 2020, dan 2021 sebanyak 396 orang, dengan sampel berfokus pada 123 mahasiswa angkatan 2021. Data dikumpulkan melalui wawancara, kuesioner, dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi berganda dengan pendekatan analisis jalur (path analysis). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, Kualitas Informasi (X1) memiliki pengaruh positif sebesar 0,228 terhadap keputusan memilih (Y), Fasilitas (X2) berpengaruh positif sebesar 0,206, dan Alumni (X3) menunjukkan pengaruh positif sebesar 0,174 terhadap keputusan memilih (Y). Sedangkan, hasil Penelitian secara simultan nilai signifikansi untuk pengaruh Kualitas Informasi (X1), Fasilitas (X2), dan Alumni (X3) secara simultan terhadap Keputusan Memilih (Y) adalah sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $23.978 > F_{tabel}$ , sehingga disimpulkan berpengaruh positif signifikan.

**Keywords:** *Kualitas Informasi, Fasilitas, Alumni, Keputusan Memilih.*

Copyright (c) 2025 Muhammad Roestian Fahmi Nasution

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [handokovea@gmail.com](mailto:handokovea@gmail.com)

### **PENDAHULUAN**

Persaingan yang semakin kompetitif di sektor pendidikan tinggi, perguruan tinggi perlu mengembangkan strategi yang inovatif untuk menarik perhatian calon mahasiswa. Salah satu pendekatan yang efektif adalah membangun citra dan reputasi institusi yang kuat. Citra positif yang mencerminkan keunggulan akademik, prestasi institusi, serta komitmen terhadap pengembangan karakter mahasiswa dapat menjadi daya tarik tersendiri. Reputasi ini tidak hanya terbentuk dari pencapaian akademis, tetapi juga melalui partisipasi aktif dalam kegiatan sosial, kerja sama dengan industri, dan kontribusi nyata di masyarakat. Selain itu, strategi komunikasi yang efektif juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan calon mahasiswa. Perguruan tinggi harus mampu merancang kampanye pemasaran yang relevan, kreatif, dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda saat ini. Penggunaan media digital, seperti media sosial, website interaktif, serta konten visual yang menarik, menjadi alat yang sangat efektif untuk menjangkau calon mahasiswa secara lebih personal. Komunikasi yang transparan dan responsif terhadap kebutuhan serta

pertanyaan calon mahasiswa dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap institusi tersebut.

Berdasarkan Gambar 1 Jumlah Perguruan Tinggi Menurut Wilayah Tahun 2021 yang diperoleh, menyatakan bahwa banyaknya perguruan tinggi swasta tentu akan menimbulkan pertanyaan mengenai kualitas lulusannya dan tentu saja sebaran jumlah mahasiswanya di Indonesia. Persaingan antar perguruan tinggi untuk mendapatkan mahasiswa terlihat jelas di antara perguruan tinggi swasta.

Politeknik adalah salah satu bagian dari sistem pendidikan nasional pada jenjang Pendidikan Tinggi yang bertujuan untuk mengembangkan Sumber Daya Manusia (SDM) melalui pendidikan vokasi. Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia (WBI) merupakan salah satu institusi pendidikan tinggi yang terletak di Sumatera, tepatnya di Jl. Warakauri, Laut Dendang, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara. Perguruan tinggi ini didirikan oleh Bapak Martua Sitorus, seorang pengusaha sukses asal Pematang Siantar. Latar belakang pendirian WBI berangkat dari kepedulian beliau terhadap tingginya angka pengangguran di Indonesia serta minimnya jumlah wirausahawan (entrepreneur) yang berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

Dengan lima Program Studi yang didukung oleh tenaga pengajar berpengalaman di bidangnya serta fasilitas kampus yang modern, Politeknik WBI berkomitmen menjadi institusi pendidikan unggulan yang ideal bagi generasi muda Indonesia. Tujuannya adalah membekali mereka dengan kemampuan untuk bersaing di dunia bisnis yang semakin kompetitif, khususnya di era industri 4.0. Program pendidikan di Politeknik WBI dirancang secara sistematis untuk mencetak wirausahawan muda yang berpendidikan, terampil, dan tangguh sejak masa perkuliahan. Upaya ini diharapkan dapat memperkuat ketahanan nasional Indonesia, sejalan dengan moto Politeknik WBI, yaitu "Nurturing Entrepreneurs, Empowering Nation." Kurikulum yang diterapkan difokuskan pada pengembangan keterampilan dan kompetensi spesifik yang relevan dengan program studi yang dipilih oleh setiap mahasiswa.

Kemajuan pesat dan modernisasi yang terjadi saat ini mendorong berbagai perubahan dalam sistem, baik secara langsung maupun tidak langsung, khususnya dalam hal transaksi dan pemasaran. Dahulu, untuk membeli sebuah produk atau barang, seseorang harus bertemu langsung dengan penjual. Proses transaksi mengharuskan adanya pertemuan tatap muka antara penjual dan pembeli hingga tercapai kesepakatan di antara keduanya.

Kemudahan akses informasi saat ini memungkinkan siapa saja untuk mendapatkan data dari berbagai tempat dan menggunakan perangkat apa pun yang terhubung dengan internet. Kualitas sendiri diartikan sebagai sejauh mana suatu produk mampu memberikan kepuasan kepada konsumen, baik secara fisik maupun psikologis, yang tercermin dari atribut atau karakteristik yang dimilikinya.

Dilema pada dunia pendidikan yang sering terjadi antara mengutamakan produktivitas atau kualitas. Hal ini terlihat ketika di satu sisi ada keinginan untuk meningkatkan angka kelulusan, namun di sisi lain juga ingin memastikan lulusan yang dihasilkan memiliki mutu yang tinggi. Produktivitas dan kualitas ini saling terkait dan tidak dapat dipisahkan. Oleh karena itu, pembangunan di bidang pendidikan sebaiknya tidak hanya berfokus pada penyediaan input pendidikan, tetapi juga harus memperhatikan proses pendidikan secara menyeluruh.

Alumni menjadi salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan sebuah institusi pendidikan. Keberadaan alumni mencerminkan kualitas lembaga tersebut dalam menghasilkan lulusan yang kompeten dan mampu bersaing di dunia kerja. Jika alumni berhasil terserap dengan baik di dunia kerja sesuai dengan keahlian mereka, maka hal ini menunjukkan bahwa perguruan tinggi tersebut telah berhasil menjalankan fungsinya sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas.

Untuk memperoleh data yang akurat dan relevan terkait permasalahan di Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia (WBI), peneliti melakukan observasi awal melalui wawancara dan studi dokumentasi terhadap beberapa mahasiswa aktif. Dari hasil observasi ini, peneliti mengelompokkan kondisi yang ditemukan ke dalam dua kategori, yaitu calon mahasiswa yang berencana mendaftar di perguruan tinggi serta mahasiswa aktif yang sedang menempuh pendidikan di Politeknik WBI.

Keputusan calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi didasarkan pada berbagai pertimbangan yang sesuai dengan kondisi mereka. Jika kondisi tersebut tidak sesuai dengan harapan, hal ini dapat menimbulkan keraguan yang berdampak pada keputusan untuk tidak melanjutkan pendaftaran di perguruan tinggi. Beberapa faktor yang memengaruhi keputusan ini meliputi informasi mengenai reputasi kampus seperti akreditasi, keterjangkauan dan kewajaran biaya pendidikan, kualitas pendidikan yang ditawarkan, serta lokasi kampus yang strategis.

Faktor-faktor tersebut memberikan nilai tambah atau keuntungan tersendiri bagi calon mahasiswa dalam menentukan pilihan perguruan tinggi. Beberapa ahli di bidang pendidikan menyebutkan bahwa pertimbangan penting dalam memilih perguruan tinggi meliputi kesesuaian antara minat dan bakat, kemampuan intelektual, kondisi finansial keluarga, serta reputasi institusi pendidikan yang dipilih. Mahasiswa yang memiliki ketertarikan terhadap suatu institusi pendidikan akan lebih mudah mengambil keputusan untuk melanjutkan studi di sana, terutama jika didukung oleh faktor-faktor seperti kualitas informasi, peran alumni, dan ketersediaan fasilitas. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Strategi Memenangkan Hati Calon Mahasiswa : Pengaruh Kualitas Informasi, Fasilitas, dan Alumni Terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi."

**Kualitas Informasi**, Kualitas merujuk pada sejauh mana sebuah produk memiliki nilai yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen, baik dari segi fisik maupun psikologis, yang tercermin melalui atribut atau karakteristik yang melekat pada produk tersebut. Informasi yang berkualitas dapat memberikan manfaat bagi penggunaannya, meskipun ada kemungkinan informasi tersebut tidak bermanfaat jika kualitasnya rendah. Manfaat informasi sangat bergantung pada tingkat kejelasan dan akurasi yang dimilikinya. Oleh karena itu, informasi yang disampaikan sebaiknya relevan dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Dari definisi ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi adalah informasi yang disampaikan secara jelas dan akurat oleh penjual kepada konsumen, serta memiliki manfaat dan relevansi dalam membantu memprediksi kualitas dan kegunaan suatu produk atau jasa.

**Fasilitas**, Pendidikan yang berkualitas membutuhkan ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai. Sarana pendidikan adalah fasilitas yang digunakan secara langsung dalam proses belajar-mengajar untuk mencapai tujuan pembelajaran, seperti gedung, ruang kelas, meja, kursi, dan media pembelajaran. Sementara itu, prasarana pendidikan mencakup segala hal yang secara tidak langsung mendukung proses pendidikan, seperti halaman, kebun, dan akses jalan menuju sekolah. Sarana dan

prasarana ini memainkan peran penting dalam meningkatkan mutu pendidikan, karena kualitas pendidikan dapat ditingkatkan melalui penyediaan fasilitas yang memadai. Sarana juga merupakan sumber daya fisik yang harus tersedia sebelum suatu layanan dapat diberikan kepada konsumen. Fasilitas yang disediakan oleh lembaga pendidikan sangat memengaruhi keputusan konsumen, karena hal ini berhubungan erat dengan persepsi yang terbentuk di benak mereka.

**Alumni**, Alumni, atau alumnus dalam bentuk tunggal, memiliki makna formal dan nonformal. Secara formal, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, alumni adalah individu yang pernah menempuh atau menyelesaikan pendidikan di suatu sekolah atau perguruan tinggi. Sementara itu, dalam konteks nonformal, alumni dapat merujuk pada individu yang pernah menjadi bagian dari suatu lembaga, meskipun tidak terkait langsung dengan dunia pendidikan, seperti mantan anggota atau mantan pegawai. Meski demikian, istilah alumni lebih sering digunakan untuk merujuk pada lulusan lembaga pendidikan formal sebagai hasil dari proses belajar-mengajar di institusi tersebut. Dalam sistem pendidikan Indonesia, alumni mencakup lulusan dari berbagai jenjang pendidikan formal, seperti Taman Kanak-kanak (TK), Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), dan Perguruan Tinggi (PT). Hubungan yang terjalin antara alumni di setiap jenjang pendidikan ini memiliki karakteristik yang berbeda-beda.

**Keputusan Pembelian**, Proses pengambilan keputusan pembelian secara umum dapat dibagi menjadi tiga tahap utama, yaitu tahap pra-pembelian, tahap konsumsi, dan tahap evaluasi pasca-pembelian. Tahap pra-pembelian mencakup seluruh aktivitas yang dilakukan konsumen sebelum melakukan transaksi, seperti mengidentifikasi kebutuhan, mencari informasi, dan mengevaluasi berbagai alternatif. Tahap konsumsi adalah fase di mana konsumen melakukan pembelian dan mulai menggunakan produk atau layanan tersebut. Sementara itu, tahap evaluasi pasca-pembelian adalah proses di mana konsumen menilai apakah keputusan yang diambil saat membeli produk atau layanan tersebut sudah sesuai dengan harapan mereka.

**Penelitian Terdahulu**, Penelitian terdahulu memberikan landasan kuat untuk mendukung penelitian ini. Penelitian Angkoso et al. (2017) menyatakan bahwa proses kualitas informasi dapat dilakukan secara maksimal jika universitas juga mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penelitian Habeahan (2019) menyatakan kampus merupakan lembaga publik yang tugas utamanya untuk memberikan pelayanan fasilitas belajar. Kemudian, Penelitian Simamora (2019) menyatakan potensi penerimaan kualitas lulusan merupakan kemampuan suatu lembaga atau instansi menampung alumni untuk dipekerjakan sesuai dengan disiplin ilmu yang dimiliki, baik berdasarkan tingkat kualifikasi maupun tingkat pendidikan.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori (explanatory research). Metode dipilih untuk untuk mendapatkan data dari tempat tertentu, tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data. Misalnya seperti menyebarkan kuisioner, melakukan wawancara, dan lain sebagainya. Selain itu, untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya dan hasil penelitian akan dapat menjelaskan hubungan kausal antar variabel dengan cara menguji hipotesis. Pada penelitian ini, untuk mengetahui pengaruh variabel

kualitas informasi, fasilitas, dan alumni terhadap keputusan memilih maka digunakan analisis jalur (path analysis).

### **Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

Sumber data yang digunakan terdiri dari:

1. **Data Primer** : data yang diperoleh secara langsung dari responden terpilih pada lokasi penelitian. Data primer diperoleh dengan memberikan kuesioner dan wawancara terhadap mahasiswa di Politeknik WBI.
2. **Data Sekunder** : seluruh data diperoleh melalui studi dokumentasi seperti laporan jumlah mahasiswa aktif di Politeknik WBI Angkatan Tahun 2021 pada Prodi Manajemen Pemasaran Internasional, Prodi Akuntansi Perpajakan, Prodi Agribisnis Hortikultura, Prodi Pengelolaan Konvensi dan Acara dan Prodi Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak, jurnal, dan data lain yang relevan pada penelitian ini.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

- **Wawancara**: Dilakukan dengan panduan wawancara semi-terstruktur untuk mendapatkan informasi dari mahasiswa Politeknik WBI Tahun 202
- **Kuesioner / Angket**: pengumpulan data dengan cara mengajukan pernyataan melalui daftar pernyataan kepada responden terpilih yaitu mahasiswa Politeknik WBI dengan harapan responden dapat memberikan respon atas pernyataan tersebut
- **Studi Dokumentasi**: dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari dokumen-dokumen, artikel, dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian.

### **Proses Analisis Data**

Beberapa langkah sistematis untuk memastikan data yang dikumpulkan dapat diinterpretasikan secara akurat dan menghasilkan kesimpulan yang valid. Berikut adalah tahapan-tahapannya :

#### **1. Persiapan Data (Data Preparation)**

- **Pemeriksaan Data (Data Cleaning)**: Memastikan data bebas dari kesalahan, seperti data yang hilang, duplikasi, atau outlier.
- **Koding Data (Data Coding)**: Mengubah data kualitatif (misalnya jawaban survei terbuka) menjadi bentuk numerik agar mudah dianalisis.
- **Pengelompokan Data (Data Tabulation)**: Mengelompokkan data ke dalam tabel untuk memudahkan analisis, seperti tabel distribusi frekuensi.

#### **2. Uji Validitas dan Reliabilitas**

- **Uji Validitas**: Mengukur apakah instrumen penelitian benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (misalnya dengan uji Pearson untuk kuesioner).
- **Uji Reliabilitas**: Mengukur konsistensi instrumen penelitian, biasanya menggunakan **Cronbach's Alpha**.

#### **3. Analisis Deskriptif (Descriptive Analysis)**

- Menyajikan data dalam bentuk statistik deskriptif, seperti:
  1. **Mean (Rata-rata)**
  2. **Median**
  3. **Modus**
  4. **Standar Deviasi**
  5. **Persentase atau Proporsi**
- Visualisasi data menggunakan grafik, diagram batang, atau histogram untuk memahami distribusi data.

#### **4. Analisis Inferensial (Inferential Analysis)**

Digunakan untuk menguji hipotesis atau membuat generalisasi dari sampel ke populasi.

- **Uji Normalitas:** Untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal (misalnya menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov atau Shapiro-Wilk).
- **Uji Homogenitas:** Untuk memastikan varians antar kelompok homogen (misalnya menggunakan Levene's Test).
- **Uji Hipotesis:**
  1. **Uji t (t-test):** Untuk membandingkan dua kelompok.
  2. **ANOVA (Analysis of Variance):** Untuk membandingkan lebih dari dua kelompok.
  3. **Regresi dan Korelasi:** Untuk melihat hubungan antar variabel.
  4. **Chi-Square Test:** Untuk data kategorikal.

#### 5. Interpretasi Hasil

- Menganalisis hasil uji statistik berdasarkan nilai **p-value** (biasanya signifikan jika  $p < 0.05$ ).
- Menafsirkan makna hasil statistik dalam konteks penelitian, apakah mendukung hipotesis atau tidak.

#### 6. Penyajian Data (Data Presentation)

- Menyusun hasil analisis dalam bentuk tabel, grafik, atau diagram yang jelas dan mudah dipahami.
- Memberikan penjelasan naratif untuk mendukung interpretasi data

#### 7. Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawing)

- Menyimpulkan temuan berdasarkan analisis data, menjawab pertanyaan penelitian, serta menghubungkannya dengan teori atau studi terdahulu.
- Memberikan rekomendasi jika relevan dengan tujuan penelitian.

#### Subjek Penelitian

Penelitian ini melibatkan subjek yang terdiri dari mahasiswa pada setiap Program Studi pada Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia. Terdapat 5 Program Studi (Prodi) di Politeknik WBI dengan jumlah mahasiswa aktif angkatan 2021. Prodi Manajemen Pemasaran Internasional berjumlah 61 mahasiswa, Prodi Akuntansi Perpajakan berjumlah 61 mahasiswa, Prodi Agribisnis Hortikultura berjumlah 44 mahasiswa, Prodi Pengelolaan Konvensi dan Acara berjumlah 5 mahasiswa, dan Prodi Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak berjumlah 7 mahasiswa

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas penerapan aplikasi Sistem Keuangan Desa (SISKEUDES) dalam meningkatkan akuntabilitas dan transparansi laporan keuangan Desa Daya Asri, Kecamatan Tumijajar, Kabupaten Tulang Bawang Barat, dari perspektif ekonomi Islam.

#### Hasil Penelitian

##### A. Uji Validitas dan Reliabilitas

###### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji keabsahan setiap item pernyataan pada kuesioner yang telah dirancang. Suatu item pernyataan dikatakan valid apabila nilai korelasi (R hitung) item pernyataan  $> 0,3$  (R tabel). Berikut ini adalah hasil uji validitas setiap item pernyataan pada kuesioner untuk variabel

Kualitas Informasi (X1), Fasilitas (X2), Alumni (X3), dan Keputusan Pemungutan Suara (Y).

**Tabel 1 Uji Validitas Terhadap Butir-Butir Pernyataan Kuesioner**

P	R Hitung	R Tabel	Hasil
X1.1	0.777	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X1.2	0.798	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X1.3	0.781	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X1.4	0.831	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X1.5	0.777	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X1.6	0.844	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X1.7	0.777	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X1.8	0.812	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X1.9	0.808	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X2.1	0.594	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X2.2	0.64	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X2.3	0.742	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X2.4	0.731	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X2.5	0.716	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X2.6	0.536	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X2.7	0.634	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X2.8	0.656	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X3.1	0.747	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X3.2	0.771	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X3.3	0.743	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X3.4	0.685	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X3.5	0.746	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)

X3.6	0.788	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X3.7	0.749	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X3.8	0.773	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
X3.9	0.739	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
Lanjutan Tabel 1			
Y1.1	0.59	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
Y1.2	0.707	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
Y1.3	0.585	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
Y1.4	0.694	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
Y1.5	0.53	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
Y1.6	0.693	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
Y1.7	0.678	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
Y1.8	0.708	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)
Y1.9	0.718	0.3	Valid (R Hitung > R Tabel)

Sumber : Data Primer Diolah (2025)

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan hanya pada pernyataan-pernyataan yang telah memenuhi kriteria uji validitas. Jika suatu pernyataan tidak memenuhi syarat validitas, maka tidak perlu dilanjutkan ke tahap uji reliabilitas. Tabel 2 berikut menyajikan hasil uji reliabilitas untuk butir-butir pernyataan yang valid.

**Tabel 2 Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Hasil
Kualitas Informasi (X1)	0.95	0.60	Reliabel
Fasilitas (X2)	0.877	0.60	Reliabel
Alumni (X3)	0.932	0.60	Reliabel
Keputusan Memilih (Y)	0.894	0.60	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 2 uji reliabilitas, jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari (>) 0,6 maka kuesioner penelitian reliabel. Diketahui bahwa semua nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari (>) 0,6 maka kuesioner reliabel.

### 3. Analisis Statistik Deskriptif

Pada penelitian di Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia, variabel bebas yang dianalisis meliputi Kualitas Informasi (X1), Fasilitas (X2), dan Alumni (X3), sedangkan variabel terikatnya adalah Keputusan Konsumen (Y). Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan jawaban para responden tanpa dimaksudkan untuk digeneralisasi. Data statistik deskriptif disusun dalam bentuk tabulasi berdasarkan respons seluruh responden pada setiap item pernyataan dalam kuesioner, kemudian diringkas dan dikelompokkan ke dalam kategori simpulan berdasarkan nilai rata-rata (mean) jawaban responden

**Tabel 3 Pengkategorian Nilai Rata-Rata Jawaban Responden**

Nilai Rata-rata (Mean)	Kategori	Kesimpulan Jawaban	Kesimpulan Variabel
4.21 - 5.00	A	Sangat Setuju (SS)	Sangat Baik
3.41 - 4.20	B	Setuju (S)	Baik
2.61 - 3.40	C	Kurang Setuju (KS)	Cukup
1.81 - 2.60	D	Tidak Setuju (TS)	Buruk
1.00 - 1.80	E	Sangat Tidak Setuju (STS)	Sangat Buruk

### 4. Uji Asumsi Klasik

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model regresi berganda. Sebelum melakukan uji hipotesis, peneliti terlebih dahulu melaksanakan uji asumsi klasik. Uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang digunakan memiliki distribusi normal serta terbebas dari gejala multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

#### A. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji  $t$  dan  $F$  mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas terhadap residual dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Tingkat signifikansi yang digunakan  $\alpha = 0,05$ . Dasar pengambilan keputusan adalah melihat angka probabilitas  $p$ , dengan ketentuan sebagai berikut.

Jika nilai probabilitas  $p \geq 0,05$ , maka asumsi normalitas terpenuhi.

Jika probabilitas  $< 0,05$ , maka asumsi normalitas tidak terpenuhi.

**Tabel 4 Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
<b>N</b>		123
<b>Normal Parameters<sup>a,b</sup></b>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.47598388
<b>Most Extreme Differences</b>	Absolute	.074
	Positive	.070
	Negative	-.074
<b>Kolmogorov-Smirnov Z</b>		.826
<b>Asymp. Sig. (2-tailed)</b>		.503
<b>Exact Sig. (2-tailed)</b>		<b>.480</b>

<b>Point Probability</b>	.000
<b>a. Test distribution is Normal.</b>	
<b>b. Calculated from data.</b>	

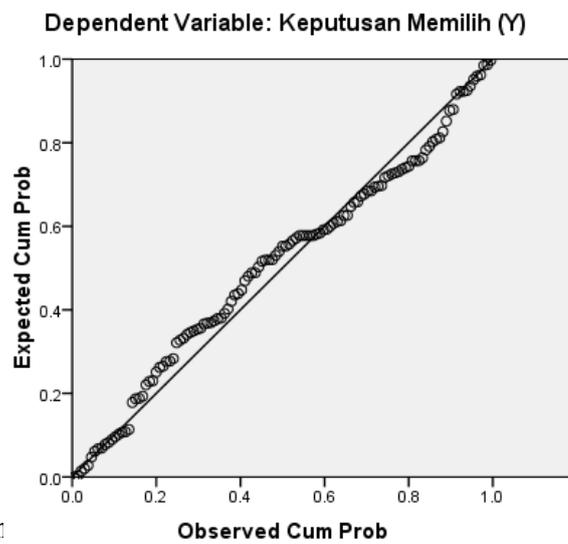
Sumber : Data

Primer Diolah

(2025)

Perhatikan bahwa berdasarkan Tabel Uji Normalitas, diketahui nilai probabilitas p atau *Exact. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,480. Karena nilai probabilitas p, yakni 0,480, lebih besar dibandingkan tingkat signifikansi, yakni 0,05. Hal ini berarti data berdistribusi normal.

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

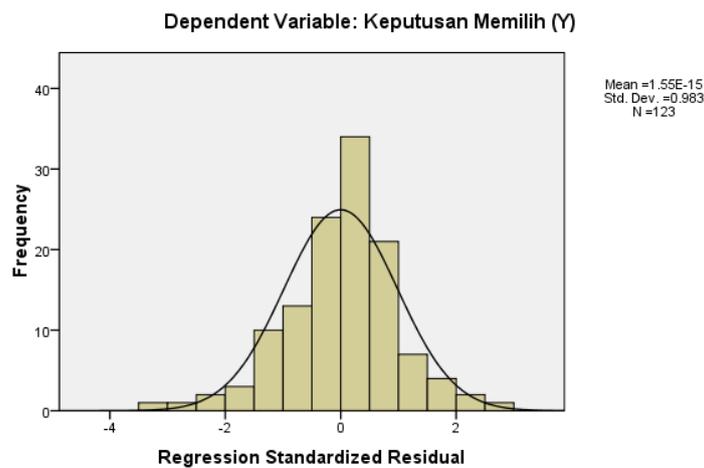


Gam

lot

Sumber : Data Primer Diolah (2025)

**Histogram**



**Gambar 3 Uji Normalitas Histogram**

Sumber : Data Primer Diolah (2025)

Gambar 2 menunjukkan hasil uji normalitas menggunakan pendekatan normal probability plot, sementara Gambar 3 menampilkan uji normalitas dengan pendekatan histogram. Pada Gambar 2, titik-titik tersebar di sekitar garis diagonal,

sedangkan pada Gambar 3, terlihat pola kurva yang menyerupai kurva normal. Hal tersebut mengindikasikan bahwa data terdistribusi secara normal.

### B. Uji Multikolinearitas

Untuk memeriksa apakah terjadi multikolinearitas atau tidak terjadinya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai variance inflation factor (VIF). Nilai VIF yang lebih dari 10 diindikasikan sebagai suatu variabel bebas yang terjadi multikolinearitas (Ghozali dalam Wilandari, 2019).

**Tabel 4 Uji Multikolinearitas**

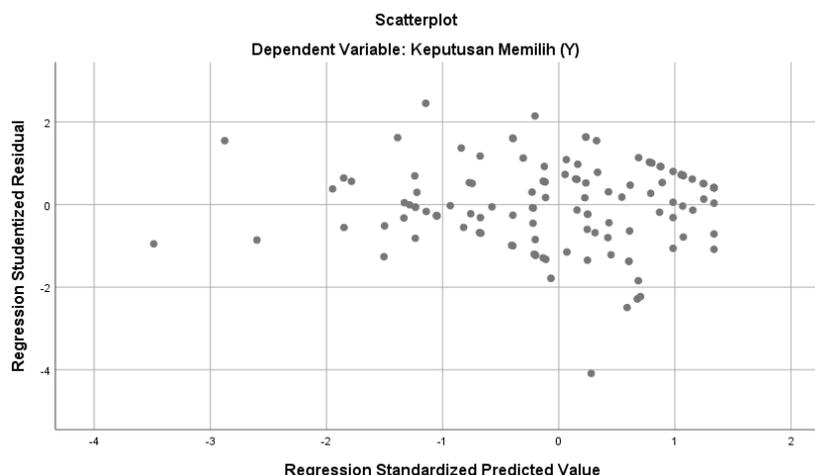
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Informasi (X1)	.728	1.373
	Fasilitas (X2)	.643	1.555
	Alumni (X3)	.630	1.588
a. Dependent Variable: Keputusan Memilih (Y)			

Sumber : Data Primer Diolah (2025)

Diketahui berdasarkan Tabel 4 diketahui nilai VIF kualitas informasi (X1) sebesar 1.373, nilai VIF sarana (X2) sebesar 1.555, dan nilai VIF alumni (X3) sebesar 1.588. Jika semua nilai VIF < 10 maka disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

### C. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan mengamati adanya pola tertentu pada grafik scatter plot yang memetakan SRESID di sumbu Y dan ZPRED di sumbu X. Jika terlihat pola yang teratur atau membentuk pola khusus pada sebaran titik-titik, maka hal tersebut mengindikasikan adanya heteroskedastisitas. Apabila tidak ditemukan pola yang jelas dan sebaran titik-titik tersebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.



Berdasarkan Gambar 4 terlihat bahwa tidak terdapat pola yang jelas, dan titik-titik tersebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang dapat ditarik dari masing-masing hipotesis tersebut, yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih kampus Politeknik WBI.
2. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih kampus Politeknik WBI.
3. Alumni berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih kampus Politeknik WBI.

## Referensi :

- Ahyat, Muhamad, Okky Afriwan, & Agus Hermanto. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Kuliah di Universitas Teknologi Mataram (UTM). *Jurnal Ganec Swara*, Vol. 16, No.1, Maret 2022
- Akademik Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia. 2022. Jumlah Mahasiswa Aktif Politeknik WBI. Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia. Deli Serdang: 1 hal.
- Alma, Bukhori. (2021). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alyusi, S. D. (2016). *Media Sosial: Interaksi, Identifikasi, dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Angkie, Noviani Sari & Sherly Rosalina Tanoto. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity Pada Brand Fashion Zara, h&m, Pull&Bear, dan Stradivarius Di Surabaya, *AGORA*: Vol. 7, No : 1.
- Angkoso, Sutanto P., Andre N Rahmanto, & Yulius Slamet. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Informasi Pelayanan Bidang Akademik Kepada Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, Volume 1, No. 2, April 2017, hlm 234-264.
- Arianty, Adri, Muhammad Fauzan Azhmy, & Fajar Pasaribu. (2022). Faktor Pengaruh Siswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Medan. *JAMEK (JURNAL AKUNTANSI MANAJEMEN EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN)*, Vol 02, No 03, September 2022, Hal 207-222
- Arikunto, Suharsimi. 2019. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Aurinawati, Derista. (2019). Analisis Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Respon Konsumen (Studi Kasus Homestay Kelas Menengah Di Daerah Istimewa Yogyakarta). Universitas Islam Indonesia.
- Azmar & Patria Laksamana, Ph.D. (2018). Pengaruh *Social Media Promotion* Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pemilihan Pada Perguruan Tinggi. *Jurnal Riset Perbankan Manajemen dan Akuntansi* Volume 2 No.2.
- Bapat Gautam S. & Sayalee S. Gankar. (2020). How students make choice of Universities: Understanding students decision making with reference to Digital Media. *Journal of Arts, Humanities and Social Science.*, Vol. 2, Issue 6.

- Basri, A. Said Hasan. (2021). Eksistensi Dan Peran Alumnidalam Menjaga Kualitas Mutu Fakultas Dakwah. *Jurnal Dakwah*, Vol. XI, No. 1
- Bawantara, Agung. (2007). *Panduan memilih program studi : lulus SMA kuliah di mana?*. Depok : Kawan Pustaka.
- Chaffey, D. & Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing Strategy, Implementation, and Practice*. New Jersey: Pearson.
- Fakhrudin, Arif. (2022). Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Dan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Kuliah Penerbangan Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Dirgantara* Vol 15, No. 1, Juli 2022
- Farih, Ahmad, Ahmad Jauhari, dan Eko Widodo. (2019). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Kursus Bahasa Inggris Pare Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, JMK 4 (1) 2019, 41-60
- Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gautam, Raman Deep & Dr Sanjay Kumar Bahl. (2020). Measuring The Impact Of Brand Reputation Through Social Media On Choice Of Higher Education. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology (IJARET)*. Volume 11, Issue 12, December 2020, pp. 105-110.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habeahan, Lolita. (2019). Pengaruh Pelayanan Dosen dan Fasilitas Kampus Terhadap Kepuasan Mahasiswa Berdasarkan Perspektif Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Program Studi Ekonomi Stambuk 2017 Universitas HKBP Nommensen Medan T.A 2018/2019. Universitas HKBP Nommensen.
- Hafizh Fitrianna & Derista Aurinawati. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* Volume 03, Nomor 03
- Harahap, Nursapia dan Sri Delina Lubis. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Medan : HO Publisher. ISBN 978-602-5799-66-8.
- Hepi, Trilinawati. (2019). Pengaruh Experiential Marketing, Service Quality, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Taman Wisata Ngembang Ponorogo. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Hidayati, Diah Kurnia. (2019). Perilaku Followers @Rlthingy Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi (Studi Netnografi Pada Followers Akun Twitter @Rlthingy Dengan Metode Kualitatif). UPN Veteran Jawa Timur.
- Iryani, Nelvia. (2017). Analisis Pengaruh Jarak, Keamanan, Brand Image, Fasilitas dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh. *Zona Ekonomi*, Volume 11 No. 2 Agustus 2017
- Iryantoro, Lambet. (2021). Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian Aki Pada Toko RN ACCU Di Punggur, Lampung Tengah. Universitas Muhammadiyah Metro
- Kian, Elisabeth Geraldine. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Y51 di Bekasi Timur. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

- Kim, Angella J. & Eunju Ko. (2012). Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity ? An Empirical Study Of Luxury Fashion Brand. *Journal of Business Research* 65 (10), 1480-1486
- Kurniasari, Meatry & Agung Budiarmo. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis* Volume 7, Nomor 1, Maret 2018, pp. 25-31
- Kusniati, Melda Eka & Istyakara Muslichah. (2022). Kepuasan dan Loyalitas Pedagang Pasar Beringharjo atas Kualitas Pelayanan Perpanjangan Kartu Bukti Pedagang/Kartu Identitas Pedagang di Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta, *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*. Vol. 01, No. 03, 2022, pp. 88-97
- Larasati, Dewi, Lisana S Pratigny, Ali Ilham Sofiyat. (2022). Pengaruh Fasilitas Kampus dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dengan Metode Sem, *Jurnal Baut dan Manufaktur*, Vol. 04, No 1, Tahun 2022, 2686-5351
- Lee, S. (2017). A Study on Different Recognition of Importance in Enterprises Social Media Activities Based on Comparison between Consumer and Enterprises : Focusing on Commercial and Relational Characteristics of Activity Types. Master's dissertation Hankuk University of Foreign Studies.
- Manurung, Gilbert Tulus. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Kredit Pada Pt. Federal International Finance (Fif) Cabang Pematang Siantar Selama Masa Pandemi Covid-19. Universitas HKBP Nommensen
- Masruroh, Dwi Mariana, Sigit Sardjono, & Abdul Halik. (2019). Pengaruh Harga, Sosial Media Marketing Dan Brand Equity Terhadap Customer Purchase Decision Melalui Consumer Respon Sebagai Variabel Intervening Pada Jamaah Umroh Pt Saraya Anugrah Di Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. Vol. 4, No 2, 2019, 987 - 1003
- Narayana, Kompyang Gede Sathya & Gede Bayu Rahanatha. (2020). Peran Brand Image Memediasi Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 5, 2020 : 1962-1982
- Nasikah, D., & Fuadi, S. (2022). Pengaruh Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Derivatif : Jurnal Manajemen*, 16(1), 162-173.
- Naveed, Shagufta & DR. Muzammil Khurshid. (2021). Factors Influencing The University Choice Decision Of Business Students At Higher Education Level: a Case From Pakistan. *Hamdard Islamicus* Vol. XLIII, No. 2.
- Neliwati, Neliwati (2018) *Metodologi penelitian kuantitatif (Kajian Teori dan Praktek)*. Medan : Widya Puspita. ISBN 9786025102240
- Rahayu, Anissa Maila, Endin Mujahidin, & Budi Handrianto. (2021). Perencanaan Pengembangan Alumni Perguruan Tinggi dalam Perspektif Islam. *Journal of Management in Islamic Education*, Vol. 2, No. 2, 2021, e-ISSN. 2723-5386, hlm. 76-90
- Rahman, Muh. Akil & Samsul. (2018) . Iklan, Brand Trust Dan Brand Image Sebagai Determinan dalam Memilih Kampus UIN Alauddin Makassar. *ASSETS*, Volume 8, Nomor 2, Desember 2018: 188-204.

- Rakhmadian, Miftah, Syarif Hidayatullah, & Harianto Respati. (2019). *Seminar Nasional Sistem Informasi*, 14 September 2017.
- Romdonny, Jefry & Maskarto Lucky Nara Rosmadi. (2018). Peran Media Sosial Dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis. *IKRAITH-EKONOMIKA*, Vol 1 no 2.
- Pahleviannur, Muhammad & Grave, Anita & Saputra, Dani & Mardianto, Dedi & Sinthania, Debby & Hafrida, Lis & Bano, Vidriana & Susanto, Eko & Januar Mahardhani, Ardhana & Amruddin, & Doddy, Mochamad & Lisyah, Mutia & Ahyar, Dasep. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA. ISBN: 978-623-362-465-7
- Palmatier, Robert W & Shrihari Sridhar. (2017). *Marketing Strategy: Based on First Principles and Data Analytics*. London: Palgrave Macmillan.
- Pawirosumarto, Suharno. (2019). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem e-Learning. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Volume VI, No. 3, Okt 2019
- Prinanti, Marlina. (2022). Pengaruh Keaktifan Media Sosial Terhadap Perubahan Gaya Konsumtif Remaja Di Kabupaten Pandeglang. UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten
- Safitri, Jumiati. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Instan Nescafe Di Kecamatan Minas Kabupaten Siak. UIN Suska Riau
- Sano, K. (2015). An empirical study the effect of social media marketing activities upon customer satisfaction, positive word-of-mouth and commitment in indemnity insurance service. In: *Proceedings International Marketing Trends Conference*
- Schwarzl, susanne & Monika Grabowska (2015). *Online marketing strategies: the future is here. Journal of International Studies*, Vol. 8, No 2, 2015, pp. 187-196.
- Sekaran, U., (2003). *Research Methods fo Business, A Skill Building Approach*, Fourth Edition, John Wiley & Sons, Inc, San Yose, California.
- Sinulingga, Sukaria. (2020), *Metode Penelitian*. USU Press, Medan.
- Simamora, Irma Yusriani & Mukhtaruddin. (2019). Alumni Dan Stakeholder (Studi Terhadap Kepuasan dan Harapan Stakeholder Terhadap Alumni). *Jurnal: Penelitian Medan Agama* Vol. 10, No. 1, 2019
- Semaun, Syahriyah. (2019). Determinan Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Negeri. *Jurnal Balanca*, Volume 1 No. 1 Januari-Juni 2019
- Seo, E.J., & Park, J.W. (2018). A Study on The Effects of Social Media Marketing activities on Brand Equity and Customer Respons in The Airline Industry. *Journal of Air Transport Management*, 36-41.
- Sheth, J.N. & Mittal B. (2004). *Customer behavior: A managerial perspective*. Thomson/South-Western Mason, Ohio.
- Sugiarto, I. (2022). *Metodologi penelitian bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Supriadi, Yudi Nur, Dianwicakasih Arieftiara, Desmintari Desmintari, & Eeng Ahman. (2021). Membangun Citra Merek Perusahaan Dan Kualitas Produk dalam

- Memediasi Pengaruh e-WOM Pada Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Digital. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Volume 11, No. 3
- Suteja, Jaja. (2020). Menyoal Peran Dan Eksistensi Alumni Perguruan Tinggi. [https://www.researchgate.net/publication/342519881\\_Menyoal\\_Peran\\_Alumni\\_PT](https://www.researchgate.net/publication/342519881_Menyoal_Peran_Alumni_PT)
- Syam, Marleny, Beby Karina Fawzeeya Sembiring, & Linda Trimurti Maas. (2019). The Analysis of Marketing Mix Strategy Effect on Students Decision to Choose Faculty Economics and Business of Universitas Dharmawangsa Medan. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, Volume 6, Issue 6 December, 2019 Pages: 71-80
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tommy, Fauzan. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Tupperware. *Library STIE MCE*, 16-20
- Utomo, Listanto Tri, Yusaq Tomo Ardianto, & Nanik Sisharini. (2017). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Universitas Merdeka Malang. *Jurnal Teknologi & Manajemen Informatika*, Volume 3, Nomor 2, Juli - Desember 2017
- Wardhana, Aditya. (2022). *Brand Image dan Brand Awareness*. Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Wathoni, Kharisul. (2021). Alumni Menurut Perspektif Total Quality Management (Tqm). *MA'ALIM: Jurnal Pendidikan Islam*, Volume 2, Nomor 1, Juni 2021
- Wulandari, Sri Eka, Amrin Fauzi, & Arlina Nurbaiti Lubis. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Politeknik Lp3i Medan Kampus Medan Baru Melalui Minat Sebagai Variabel Intervening. Universitas Sumatera Utara