

BAB IV

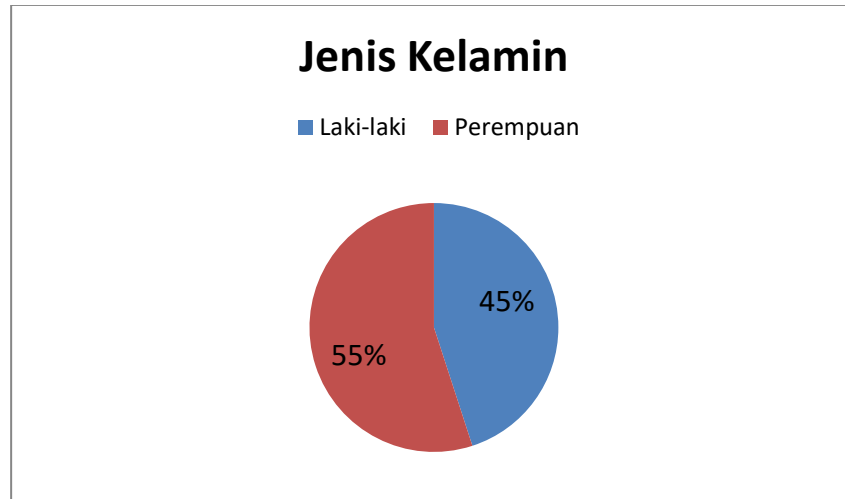
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Sebelum melanjutkan penulisan, peneliti akan menjelaskan mengenai data-data responden yang diambil sebagai sampel penelitian ini. Sampel penelitian ini diambil dari mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang yang pernah melakukan transaksi pembayaran UKT pada Bank Muamalat yang berjumlah 100 responden dengan pernyataan mengenai promosi, kualitas layanan dan keputusan mahasiswa UIN Raden Fatah dalam melakukan transaksi pembayaran UKT pada Bank Muamalat. Dapat di peroleh karakteristik responden yang dikelompokkan berdasarkan Jenis Kelamin,Usia,Fakultas. Tujuan adanya pengelompokkan karakteristik ini adalah sebagai bukti bahwa responden adalah benar mahasiswa di UIN Raden Fatah Palembang sebagai objek penelitian.

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

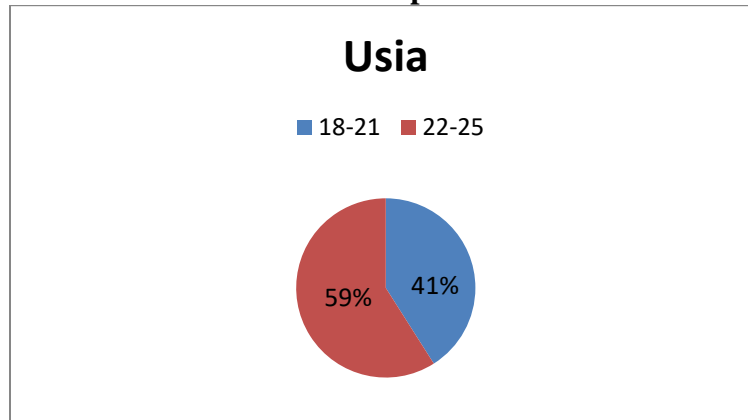


Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Tabel 4.1 di atas, menunjukkan distribusi angket dengan karakteristik responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 45 orang (45%) dan perempuan sebanyak 55 orang (55%). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang yang melakukan transaksi pembayaran UKT di Bank Muamalat.

2. Usia

Table 4.2
Karakteristik responden berdasarkan usia



Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan data pada table 4.2, memberikan informasi bahwa responden yang berusia 18-21 sebanyak 41 orang dan responden yang berusia 22-25 sebanyak 59 orang mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang yang melakukan transaksi pembayaran UKT di bank Muamalat Kantor Cabang UIN Raden Fatah Palembang.

3. Tahun Angkatan

Table 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Tahun angkatan	F	(%)
2017	68	68
2018	13	13
2019	8	8
2020	5	5
2021	6	6
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan data pada table 4.3 di atas menunjukkan distribusi angket dengan karakteristik responden berdasarkan tahun angkatan mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang, Tahun Angkatan 2017 sebanyak 68 orang (68%), Tahun Angkatan 2018 sebanyak 13 orang (13%), Tahun Angkatan 2019 sebanyak 8 orang (8%), Tahun Angkatan 2020 sebanyak 5 orang (5%) dan tahun Angkatan 2021 sebanyak 6 orang (6%).

4. Fakultas

Table 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

Fakultas	F	%
Tarbiyah dan Keguruan	13	13
Ekonomi dan bisnis Islam	47	47
Sains dan Teknologi	6	6
Ushuluddin dan Pemikiran Islam	6	6
Syari'ah dan Hukum	13	13
Psikologi	6	6
Dakwah dan Komunikasi	6	6
Adab dan Humaniora	1	1
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan data table 4.4 di atas menunjukkan distribusi angket dengan karakteristik responden berdasarkan Fakultas mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dengan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan sebanyak 13 orang (13%), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebanyak 47 orang (47%), Fakultas Sains dan Teknologi sebanyak 6 orang (6%), Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam sebanyak 6 orang (6%), Fakultas Syari'ah dan Hukum

sebanyak 13 orang (13%), Fakultas Psikologi sebanyak 6 orang (6%), Fakultas Dakwah dan Komunikasi sebanyak 6 orang (6%) dan Fakultas Adab dan Humaniora sebanyak 1 orang (1%) hal ini menunjukkan proporsi responden terbesar dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan proporsi terkecil adalah responden dari Fakultas Adab dan Homaniora.

B. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Dalam menguji tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Untuk degree of freedom (df) = $n - k$, dimana n merupakan jumlah dan k merupakan jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df adalah $100-2$ atau $df = 98$ dengan $\alpha = 0,05$, maka didapat nilai r tabel 0,1966 jika angka r (pada setiap elemen pernyataan bisa dilihat di korelasi keseluruhan kolom pernyataan elemen yang dikoreksi) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka elemen pertanyaan dikatakan valid.

Table 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Variabel	Item pertanyaan	Corrected item pertanyaan total correlation	R tabel	Keterangan
	X1.1	0,555	0,1966	Valid
	X1.2	0,650	0,1966	Valid
	X1.3	0,582	0,1966	Valid
	X1.4	0,640	0,1966	Valid
	X1.5	0,660	0,1966	Valid
	X1.6	0,632	0,1966	Valid
	X1.7	0,606	0,1966	Valid
	X1.8	0,630	0,1966	Valid
	X1.9	0,603	0,1966	Valid

	X1.10	0,513	0,1966	Valid
	X1.11	0,612	0,1966	Valid
	X1.12	0,618	0,1966	Valid

Sumber :Data diolah dari SPSS 25,2021

Dari tabel 4.6 maka dapat diketahui semua Corrected Item - Total Correlation memiliki r hitung $>$ r tabel (0,1966) bernilai positif. Maka dari itu, pernyataan pada variabel X_1 tersebut dinyatakan valid.

Table 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

Variabel	Item pertanyaan	Correcteditem pertanyaan total correlation	R tabel	Keterangan
	X2.1	0,556	0,1966	Valid
	X2.2	0,562	0,1966	Valid
	X2.3	0,542	0,1966	Valid
	X2.4	0,559	0,1966	Valid
	X2.5	0,536	0,1966	Valid
	X2.6	0,556	0,1966	Valid
	X2.7	0,526	0,1966	Valid
	X2.8	0,518	0,1966	Valid
	X2.9	0,517	0,1966	Valid
	X2.10	0,526	0,1966	Valid
	X2.11	0,517	0,1966	Valid

Sumber :Data diolah dari SPSS 25,2021

Dari tabel 4.6, maka dapat diketahui bahwa semua Corrected Item - Total Correlation memiliki r hitung > r tabel (0,1966) dan bernilai positif. Maka dari itu, butir pernyataan pada variabel X₂ tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan

Variabel	Item pertanyaan	Correcteditem pertanyaan total correlation	R tabel	Keterangan
----------	-----------------	--	---------	------------

	Y1	0,563	0,1966	Valid
	Y2	0,652	0,1966	Valid
	Y3	0,592	0,1966	Valid
	Y4	0,566	0,1966	Valid
	Y5	0,538	0,1966	Valid
	Y6	0,651	0,1966	Valid

Sumber :Data diolah dari SPSS 25,2021

Dari tabel 4.7, semua Corrected Item - Total Correlation memiliki r hitung $>$ r tabel (0,1966) bernilai positif. Maka dari itu, butir pernyataan pada variabel Y tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas.

Uji reliabilitas bertujuan mengetahui kekonsistensinan hasil hitung variabel. Uji reliabilitas ialah derajat ketelitian suatu instrumen. Instrumen yang telah reliabel dengan

katalain bisa dipercaya. Variabel dikatakan reliabel apabila menambah nilai Cronbach Alpha > 0,60.¹

Tabel 4.8
Hasil uji reliabilitas

Reliability statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.0,844	12

Sumber :Data diolah dari SPSS 25,2021

Dari tabel 4.8, terlihat Promosi memiliki Cronbach's Alpha 0,844>0.60 Maka dari itu, variabel Promosi dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.9
Hasil uji reliabilitas

Reliability statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,753	11

Sumber :Data diolah dari SPSS 25,2021

Dari tabel 4.9, terlihat Kualitas Layanan memiliki Cronbach's Alpha 0,753>0.60 Maka dari itu, variabel Kualitas Layanan dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.10
Hasil uji reliabilitas

Reliability statistics	
------------------------	--

¹ Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2013), hal. 51.

Cronbach's Alpha	N of Items
0,632	6

Sumber :Data diolah dari SPSS 25,2021

Dari tabel 4.10, Keputusan memiliki Cronbach's Alpha $0,632 > 0,60$. Maka dari itu, variabel Keputusan bisa dikatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik.

a. Uji Normalitas.

Uji normalitas untuk meguji variabel yang digunakan pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data di penelitian ini memakai uji Kolmogorov-Smirnov. Dalam menentukan tingkat signifikansinya, Jika nilai $\text{sig} >$

0,05 maka dikatakan berdistribusi normal begitupun sebaliknya jika nilai sign < 0,05 maka variabel tersebut tidak berdistribusi normal.²

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal parameters	Mean	0.0000000
	Std.Deviation	0.88267567
Most Extreme Differences	Absolute	0.071
	Positive	0.059
	Negative	-0,071
Kolmogorov-Smirnov Z		0.071
Asymp.Sig.(2-tailed)		0.200

Sumber :Data diolah dari SPSS 25,2021

Berdasarkan tabel 4.11, pada persamaan tersebut berdistribusi normal, dimana hasil output terlihat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05 . Berdasarkan pengujian tersebut nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0.200 > 0,05, jadi data berdistribusi normal dengan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas, berguna untuk Uji ketidaksamaan varians dari satu residual pengamatan ke pengamatan lainnya di model regresi. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser artinya semua variabel bebas direduksi menjadi nilai mutlak residual. Apabila signifikan (Sig.) antara variabel bebas dengan residual mutlak > 0,05, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas

Tabel 4.12
Hasil Uji Heterokedastisitas

² Ibid. h. 53

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig .
		B	Std Error	Beta		
1	(constant)	3.401	0.870		3.911	0.000
	Ratarata_X1	-0.019	0.016	-0.156	-1.197	0.234
	Ratarata_X2	-0.032	0.023	-0.184	-1.412	0.161

Sumber :Data diolah dari SPSS 25,2021

data tabel 4.12,terlihat heteroskedastisitas dengan metode Glejser memiliki signifikansi $> 0,05$. Dengan demikian model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas.

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah mencari adanya korelasi antara variabel bebas (independent variable). Pada model regresi yang baik harusnya tidak akan terjadi korelasi diantara variabel bebas (independent variable). Uji ini dengancara melihat nilai tol dan VIF. Apabila nilai tolerance $> 0,01$ dan $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas. nilai VIF dan tolerance bisa dilihat pada tabel 3.14 :

Tabel 4.13

Hasil Uji Multikolinieritas.

Coefficients			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Ratarata_X1	0.549	1.823
	Ratarata_X2	0.549	1.823

Sumber

:Data diolah dari SPSS 25,2021

Berdasarkan tabel 4.13, nilai VIF di seluruh variabel kurang dari 10 dan nilai Tolerance yang lebih dari 0,01 alhasil tidak terjadi multikol antara variabel bebas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan mengetahui pengaruh antara Promosi (X_1), dan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Keputusan Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang(Y) Pada Bank Muamalat Kantor Cabang UIN Raden Fatah Palembang. Hasil analisis tersebut bisa dilihat di tabel bawah ini

Tabel 4.14
Hasil analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients						
Model		Unstandardized coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.665	1.556		4.283	0.000
	Ratarata_X1	0.190	0.028	0.503	6.701	0.000
	Ratarata_X2	0.224	0.041	0,411	5.467	0,000

Sumber :Data diolah dari SPSS 25,2021

Berdasarkan tabel 4.14, diperoleh persamaan regresi linier berganda dengan rumus:

$$\text{Keputusan mahasiswa} = 6,665 + 0,190 \text{ Promosi} + 0,224 \text{ Kualitas Layanan}$$

Keterangan :

- a. Berdasarkan tabel output diatas menjelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 6,665 yang berarti jika variabel independen (Promosi dan ualitas Layanan) memiliki nilai nol maka keputusan mahasiswa meningkat 6,665 satuan artinya jika promosi dan kualitas layanan meningkat maka keputusan mahasiswa juga mengalami peningkatan.
- b. Koefisien regresi X_1 sebesar 0,190 bernilai (positif) setiap penambahan satu kesatuan Promosi (X_1) akan meningkatkan Keputusan Mahasiswa (Y) dengan menjaga Promosi (X_1) tetap. Jika ada penurunan pada Promosi (X_1) maka akan menurun juga tingkat Keputusan mahasiswa(Y).

- c. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,224 bernilai (positif) setiap penambahan satu kesatuan kualitas layanan (X_2) akan meningkatkan Keputusan Mahasiswa (Y) dengan menjaga Kualitas Layanan (X_2) tetap. Jika ada penurunan pada Kualitas Layanan (X_2) maka akan menurun juga tingkat Keputusan mahasiswa (Y).

1. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t (parsial) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel promosi (X_1) dan Kualitas Layanan secara individual/Parsial berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa (Y). Maka hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Table 4.15
Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients

Model		Unstandardized Coefficient		Standardized coefficient	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	Constant	6.665	1.556		4.283	0.000
	Promosi	0.190	0.028	0.503	6.701	0.000
	Kualitas_layanan	0.224	0.041	0.411	5.467	0.000

Sumber :Data diolah dari SPSS 25,2021

Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel $>1,966$, maka uji t dikatakan berpengaruh, dan jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel $< 1,966$, maka uji t dikatakan tidak berpengaruh. Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat dijelaskan bahwa pada bank Muamalat Kantor Cabang UIN Raden Fatah, masing-masing variabel promosi (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) secara individual/Parsial ada yang mempengaruhi dan tidak mempengaruhi keputusan Mahasiswa (Y):

- 1) Pengaruh variabel Promosi (X_1) secara parsial terhadap Keputusan Nasabah (Y). Berdasarkan tabel 3.16 diatas, bahwa t-hitung untuk variabel (X_1) sebesar = 6,701, berarti t-hitung $6,701 > t\text{-tabel } 1,661$ dengan nilai signifikansi $0.000 < 0,05$. Jadi, H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa.
- 2) Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_2) secara parsial pada Keputusan Nasabah (Y). Berdasarkan tabel 3.16 diatas, terlihat nilai t-hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar = 5,467 berarti t-hitung $5,467 > t\text{-tabel } 1,661$ dengan nilai signifikansi $0.000 < 0,05$. Jadi, H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa

b. Uji R2 (Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi (adjusted R-square) berguna untuk mengetahui tingkat variasi total pada variabel terikat (Y) yang dijelaskan variabel bebas (X). Anda dapat melihat hasil perhitungan Adj R Squared di output dari model-sum.kolom Adj R-Square, Anda bisa melihat persentase mana bisa dijelaskan oleh variabel independen (X) sebagai variabel dependen (Y). Selebihnya dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian. Tabel ditunjukkan di bawah ini:

Tabel 4.16
Hasil Uji Adjusted R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	adjusted R-square	Std.Error of The Estimate
1	0.837	0.700	0.694	0.89173

Sumber :Data diolah dari SPSS 25,2021

Berdasarkan tabel 4.16, kolom Adj R-Square jumlah persentase total variasi dalam variabel terikat (Y) yang diterangkan oleh variabel bebas (X) adalah sebesar 0,694 atau 69,4%. Berarti besarnya pengaruh variabel bebas (variabel Promosi dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Keputusan Mahasiswa) adalah 69,4%, sisanya 0,306 atau 30,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dalam melakukan transaksi pembayaran UKT pada PT.Bank Muamalat KC UIN Raden Fatah Palembang. Berdasarkan hasil hipotesis dalam penelitian ini menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti ada pengaruh promosi terhadap keputusan mahasiswa. Berdasarkan hasil uji statistic t, nilai t hitung sebesar 6,701 ($6,701 > 0,1966$). dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ berdasarkan output SPSS dalam penelitian ini ditemukan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa UIN Raden Fatah dalam melakukan transaksi pembayaran UKT pada Bank Muamalat Kantor Cabang UIN Raden Fatah Palembang.

Menurut Tjiptono , Promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Menurut Swastha dan Irawan , Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah

untuk mengarahkan seorang atau organisasi terhadap tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Karnila Ali dan Makhdaleva Hanura Tajudin yang menyebutkan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa. Namun hal ini tidak sejalan dengan penelitian Firliyanti Kaluku, Silvy L, Djurwaty Sopeno (2018) yang menyebutkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa UIN Raden Fatah dalam melakukan transaksi pembayaran UKT pada Bank Muamalat Kantor Cabang UIN Raden Fatah Palembang.

Promosi menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan menggunakan suatu produk. Pengaruh promosi yang bagus dan dengan intensitas yang tinggi akan menjadikan konsumen mengenal dan ada rasa penasaran terhadap produk yang dipromosikan.

2. Hubungan Kualitas Layanan Dengan Keputusan Mahasiswa Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dalam melakukan transaksi pembayaran UKT pada PT. Bank Muamalat KC UIN Raden Fatah Palembang. Berdasarkan hasil hipotesis dalam penelitian ini menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti ada pengaruh Kualitas Layanan terhadap keputusan mahasiswa. Berdasarkan hasil uji statistik t, nilai t hitung sebesar 5,467 ($5,467 > 0,1966$). dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ berdasarkan *output SPSS* dalam penelitian ini ditemukan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa UIN Raden Fatah dalam melakukan transaksi pembayaran UKT pada Bank Muamalat Kantor Cabang UIN Raden Fatah Palembang.

Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa kualitas layanan adalah karakteristik umum dan bersifat dari produk atau layanan yang memengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan eksplisit atau implisit. Menurut Tjiptono kualitas layanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan keakuratan pengiriman mereka, menyeimbangkan keinginan konsumen.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Gani Wiharso, Mohammad Benny Alexandri dan Ahmad Nazir yang menyebutkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dalam melakukan transaksi pembayaran UKT pada PT.Bank Muamalat KC UIN Raden Fatah Palembang. Namun hal ini tidak sejalan dengan penelitian Eko Yuliawan , Hanny Siagian, Liangdy Willis yang menyebutkan bahwa Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa UIN Raden Fatah dalam melakukan transaksi pembayaran UKT pada Bank Muamalat Kantor Cabang UIN Raden Fatah Palembang.

Kualitas layanan mempunyai peranan yang penting bagi bisnis jasa perbankan dalam upaya merebut nasabah di pasar. Dengan banyaknya bank yang berdiri baik bank konvensional maupun bank syariah, dengan demikian Bank Syariah berlomba untuk meningkatkan kualitas layanan, dengan cara memberikan fasilitas dan kenyamanan bagi nasabahnya.

D. Rekapitulasi Hasil Penelitian

Tabel 4.17
Rekapitulasi Hasil Penelitian

No.	Hipotesis	Hasil Penelitian	Keterangan
1.	H1=Promosi berpengaruh terhadap keputusan	Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang melakukan	Diterima

	Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang melakukan pembayaran UKT pada PT.Bank Muamalat KC UIN Raden Fatah Palembang	pembayaran UKT pada PT.Bank Muamalat KC UIN Raden Fatah. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan mahasiswa adalah $6,701 > 1,966$, dan angka signifikansi $0,000 \geq 0,05$	
2.	H2=Kualitas Layanan berpengaruh terhadap keputusan Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang melakukan pembayaran UKT pada PT.Bank Muamalat KC UIN Raden Fatah Palembang	Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang melakukan pembayaran UKT pada PT.Bank Muamalat KC UIN Raden Fatah. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan mahasiswa adalah $5,467 > 1,966$, dan angka signifikansi $0,000 \geq 0,05$	Diterima

