

**ANALISIS FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STKIP NASIONAL**Silvia Roza¹, Sumarni², Refinaldi³¹Pendidikan Ekonomi, STKIP Nasional
silviaroz61@gmail.com²Pendidikan Ekonomi, STKIP Nasional
sumarni1982@yahoo.com³ Tarbiah, UIN Imam Bonjol Padang
refinaldi_rey@yahoo.com**Abstract**

This research is motivated by how a person acts in making decisions to choose a place to study with various considerations, whether by looking at the brand image, location education costs or promotions carried out by a campus in attracting students. This study aims to find the extent of the influence of education costs, brand image, location and promotion of the decision of students choosing to study at the National STKIP. The type of research used in this study is correlation. The population in this study was 440 people with 209 Proposional Random Sampling sampling techniques. Data collected by descriptive analysis and prerequisite test analysis. The results of the descriptive analysis are in the quantitative category both in the amount of 72.42 and partially the education costs of education, brand image, location and promotion have a significant positive effect on the decision of students to choose to study at STKIP Nasional. Then the results of simultaneous data analysis of education costs, brand image, location and promotion show the number 0.172 or 17.2%.

Keywords: Education Costs, Brand Image, Promotion Location and Student decisions

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan sejauh mana pengaruh biaya pendidikan, citra merek, lokasi dan promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di STKIP Nasional. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi. Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 440 orang dengan teknik pengambilan sampel Proposional Random Sampling sebanyak 209 mahasiswa. Data yang dikumpulkan dengan analisis deskriptif dan analisis uji prasyarat. Hasil analisis deskriptif berada pada kategori baik secara kuantitatif yaitu sebesar 72.42 dan secara parsial pendidikan biaya pendidikan, citra merek, lokasi dan promosi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di STKIP Nasional. Kemudian hasil analisis data secara simultan biaya pendidikan, citra merek, lokasi dan promosi didapatkan angka Adjusted R Square sebesar 0.172 atau 17.2%.

Kata Kunci: Biaya Pendidikan, Citra Merek, Lokasi Promosi dan Keputusan mahasiswa

PENDAHULUAN

Dewasa ini pendidikan merupakan hal yang penting didapatkan oleh seseorang. Termasuk salah satunya melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi baik negeri maupun swasta. Pendidikan saat ini menjadi sorotan penting bagi pemerintah. Pemerintah

saat ini telah berfikir ke arah bagaimana menciptakan SDM yang bagus, yang nantinya untuk mengolah SDA yang ada. Dengan adanya SDM yang bagus ini nantinya akan menggerakkan roda perekonomian dari sektor pertanian menuju sektor industri.

Berbagai hal yang dilakukan pemerintah dalam meningkatkan mutu

pendidikan, yang berkaitan erat dengan kualitas manusia Indonesia. Apabila mutu pendidikan baik maka akan menghasilkan lulusan yang berkualitas. Manusia yang berkualitas inilah yang sangat diperlukan bagi pembangunan bangsa Indonesia.

Suksesnya suatu pembangunan bangsa sangat dipengaruhi oleh pendidikan sebab dengan bantuan pendidikan setiap individu berharap bisa maju dan berkembang yang di kemudian hari bisa mendapatkan pekerjaan yang pantas. Lewat pendidikan orang mengharapkan supaya bakat dan kemampuan yang dimiliki bisa dikembangkan secara maksimal. Dengan memperoleh pendidikan, secara tidak langsung seseorang berusaha mengembangkan dirinya agar dapat berdiri sendiri dan memperoleh berbagai pengetahuan, misalnya konsep, prinsip, inisiatif kreativitas, ketrampilan dan tanggung jawab.

Untuk mendapatkan suatu pengalaman yang berguna, maka dalam diri seseorang diperlukan adanya suatu dorongan untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu agar tercipta tujuan pendidikan. Dorongan dari dalam diri merupakan daya penggerak dalam menentukan keberhasilan dalam pendidikan. Seorang mahasiswa yang mempunyai keinginan tinggi akan lebih mudah menentukan Perguruan Tinggi yang cocok dan yang sesuai dengan kemampuan diri. Dengan dorongan, keinginan dan semangat yang dimiliki dalam memilih Perguruan Tinggi maka akan diperoleh hasil belajar yang optimal.

Hasil belajar ini nantinya, akan mempengaruhi mahasiswa dalam mendapat pekerjaan yang sesuai dengan harapan dan keinginan. Hal ini yang mendorong mahasiswa untuk lebih selektif dalam memilih Perguruan Tinggi, sebab nantinya akan berpengaruh pada masa depan mahasiswa tersebut. Pemilihan Perguruan Tinggi yang tepat terutama didukung oleh keinginan yang kuat nantinya akan menjadi tolak ukur perusahaan- perusahaan, lembaga pendidikan dalam menerima calon karyawannya.

Fenomena inilah yang mendorong mahasiswa untuk lebih selektif dalam memilih Perguruan Tinggi.

Pendidikan tinggi merupakan kelanjutan pendidikan menengah yang diselenggarakan untuk menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik atau profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian. Satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi disebut Perguruan Tinggi yang dapat berbentuk Akademi, Sekolah Tinggi, Institut atau Universitas.

Banyak hal yang menjadi tolak ukur/ faktor penentu seseorang dalam memilih program studi. Adapun faktor yang mempengaruhi yaitu baik dari dalam maupun luar diri seseorang. Hal ini didukung oleh pendapat Artini dkk (2014) dalam penelitiannya mengenai : “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa memilih jurusan di fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Pendidikan Ganesha sebagai tempat kuliah”, Dari Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Undiksha sebagai tempat kuliah, yaitu (1) faktor lingkungan internal yang mencakup produk, harga, promosi, orang, dan proses, (2) faktor lingkungan eksternal yaitu kelompok acuan, kemauan sendiri, dan keluarga.

STKIP Nasional merupakan salah satu Perguruan Tinggi swasta yang berorientasi kepada keguruan yang memiliki 2 program studi yaitu Pendidikan Guru Sekolah Dasar dan Pendidikan Ekonomi. Dimana kedua prodi ini jika dipandang dari segi uang kuliah, sarana

No	Prodi	Jumlah Mahasiswa/ Tahun		
		2017	2018	2019
1.	PGSD	101	93	210
2.	Pendidikan Ekonomi	14	10	11
Jumlah		115	103	221

prasarana, strategi pemasaran yang diberikan

berbasis sama. Namun dipandang dari segi mahasiswa yang memilih kedua jurusan tersebut terjadi perbandingan yang sangat berbeda Hal ini dapat dilihat dari data perbandingan mahasiswa kedua prodi yang ada dari tahun 2017-2019 pada tabel berikut

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa STKIP Nasional
Sumber : *Bagian Administrasi Akademik STKIP Nasional*

Dilihat dari tabel diatas terlihat dengan jelas bahwa mahasiswa PGSD selalu mengalami peningkatan jumlah mahasiswanya dibandingkan Pendidikan ekonomi, hal ini tentunya menjadi pertanyaan yang sangat penting untuk kita temui jawabannya. Jika dipandang dari segi sarana prasarana, promosi, dan perlakuan akademik kedua prodi ini sama namun mengapa mahasiswanya sampai timpang tindih seperti ini, apakah PGSD memang mempunyai daya tarik tersendiri atau memang karena kecendrungan lapangan kerja yang menjamin.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa orang mahasiswa pada tanggal 10 November 2019 menyatakan” hal yang mempengaruhi prodi menentukan pilihan prodi yaitu berdasarkan biaya kuliah, lokasi kuliah, lapangan pekerjaan yang diharapkan, citra merek program studi, Lokasi, promosi dan banyak hal lain yang menjadi penentu pengambilan keputusan mahasiswa.

Biaya pendidikan merupakan salah satu faktor yang diperhitungkan oleh calon mahasiswa dalam menempuh pendidikan. Memperhitungkan kemampuan dirinya sendiri maupun orang tua dalam membayar dan membiayai kebutuhan selama menempuh pendidikan. Biaya pendidikan merupakan komponen yang sangat penting dalam penyelenggaraan pendidikan, tanpa dukungan biaya maka proses pendidikan tidak akan berjalan dengan baik. Hal ini didukung oleh pendapat Maharani, dkk (2018 : 112) menyatakan Harga jasa pendidikan merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan oleh mahasiswa untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan oleh suatu Perguruan Tinggi. Harga

jasa pendidikan meliputi: biaya Pendidikan seperti Sumbangan Pembinaan Pendidikan atau SPP, biaya pembangunan serta biaya laboratorium

STKIP Nasional termasuk kampus yang memiliki uang kuliah yang boleh dikatakan rendah, yang sesuai dengan kemampuan orangtua mahasiswa. Selain itu pembayaran uang kuliah di STKIP Nasional juga bisa dilakukan dengan mencicil. Kemudian juga adanya ketersediaan beasiswa yang diberikan oleh Ristek Dikti yang terdiri dari beasiswa PPA dan beasiswa Bidikmisi. Selain dari beasiswa tersebut juga pada Prodi Pendidikan Ekonomi disediakan Beasiswa Yayasan.

Citra merupakan tanggapan atau kesan yang timbul di benak masyarakat terhadap suatu obyek. Citra Merek adalah tanggapan atau kesan masyarakat terhadap suatu Perguruan Tinggi. Perguruan Tinggi yang baik tentunya mempunyai citra yang baik pula. Apabila sebuah Perguruan Tinggi mempunyai citra yang baik/positif di mata masyarakat, maka akan terbentuk pemikiran di benak calon mahasiswa bahwa Perguruan Tinggi tersebut mempunyai kualitas yang bagus. Citra merek adalah seperangkat keyakinan konsumen mengenai merek tertentu, citra harus dibangun melalui seluruh media yang ada serta berkelanjutan dan pesan tersebut dapat disampaikan melalui lambang, media atau visual, suasana, serta acara. (Kotler dan Amstrong, 2008:225)

STKIP Nasional dimata masyarakat memiliki citra yang baik, dipandang dari segi Pelayanan, Sarana Prasarana, Dosennya, serta akreditasi prodi yang sangat menunjang keputusan seorang calon mahasiswa untuk menentukan kuliah. Hal ini didasarkam dari tanya jawab dengan beberapa orang mahasiswa yang menyatakan bahwa mereka mendengar dari alumni dan senior bahwa sarana prasarana, akreditasi dosen serta pelayanan yang diberikan sangat membuat mereka tertarik untuk kuliah di STKIP Nasional. Selain itu kedisiplinan STKIP yang tak pernah jam kuliah mahasiswanya kosong menjadi nilai tambah tersendiri bagi mereka.

Adapun faktor penunjang lainnya yang mempengaruhi seseorang menentukan jurusan yaitu lokasi tempat kuliah, yang terkadang cenderung menjadi penentu ketika seseorang memilih untuk kuliah. Jauh dekatnya suatu daerah, lengkap tidaknya sarana prasarana menjadi tolak ukur tersendiri bagi seseorang dalam menentukan tempat kuliah. Berdasarkan kenyataan dilapangan hasil observasi kewilayahan tempat tinggal mahasiswa dengan STKIP Nasional pada tahun akademik 2019/2020 $\leq 80\%$ mahasiswa berasal dari Kabupaten Padangpariaman. Sisanya berasal dari luar Kabupaten Padang pariaman. Ini membuktikan bahwa wilayah menjadi tolak ukur bagi seseorang untuk menempuh perkuliahan. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011:92), lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan.

Hal yang tak kalah pentingnya lagi yang menjadi tolak ukur seseorang dalam mengambil keputusan yaitu promosi yang dilakukan oleh sebuah instasi. Karena dengan adanya promosi memudahkan seseorang untuk mendapatkan informasi tentang sebuah produk dalam hal ini berarti promosi kampus yang dilakukan bisa saja lewat media sosial, media massa, radio bahkan televisi. Paul & Jerry (2016 : 206) menyatakan promosi merupakan kegiatan pemasaran menyampaikan informasi mengenai produknya dan membujuk konsumen mau membeli produknya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis korelasional. Penelitian ini dilakukan di STKIP NAsional, dengan jumlah populasi 221 siswa. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Proporsional Random Sampling* yang berjumlah 143 orang. Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu 4 variabel bebas yaitu : harga/ biaya kuliah (X1), Citra Prodi (X2), Lokasi (X3), Promosi (X4) dan satu variabel terikat yaitu keputusan

memilih (Y). Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer yang berupa pengisian kuisoner oleh responden, dan data sekunder yang berupa jumlah mahasiswa yang didapat dari bagian administrasi kampus. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan Angket/ kuesioner. Uji coba instrumen diberikan ke 30 orang responden dengan tujuan untuk mengetahui valid dan reliabel angket yang akan digunakan serta untuk melihat layak atau tidaknya angket yang akan di pakai dalam penelitian nantinya. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis uji prasyarat Analisis uji prasyarat ini menggunakan uji asumsi klasik diantaranya uji normalitas, uji homogenitas. Selain itu untuk menjawab hipotesis digunakan uji regresi berganda dengan menggunakan alat analisa *Statistical Package forThe Social Science (SPSS)*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil deskriptif menunjukkan kategori baik, seperti terlihat pada tabel berikut:

Distribusi Frekuensi Variabel

No	Variabel	Rerata	TCR	Kriteria
1	Biaya Pendidikan	3.53	70.52	Baik
2	Citra Merek	3.54	70.49	Baik
3	Lokasi	3.71	74.17	Baik
4	Promosi	3.72	74.5	Baik
	Rerata	3.63	72.42	Baik

Dari tabel 1 menjelaskan data tentang rerata dari keempat variabel yaitu sebesar 3,63 dengan TCR 72.42 pada kategori baik. Hal ini dapat disimpulkan bahwa keputusan mahasiswa kuliah di STKIP Nasional sudah baik.

Dari hasil ujia farian didapatkan nilai f hitung sebesar 32.676 dengan nilai sig sebesar 0,000, seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	480.383	4	120.096	11.814	.000 ^a
Residual	2073.809	204	10.166		
Total	2554.191	208			

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

b. Dependent Variable: Y

Dari tabel 2 terlihat nilai sig < 0,05, jadi dapat disimpulkan bahwa biaya pendidikan, citra merek, lokasi dan promosi secara bersama-sama mempengaruhi keputusan mahasiswa dengan nilai F 11.814. Artinya semakin baik biaya pendidikan, citra merek, lokasi dan promosi maka akan meningkatkan keputusan mahasiswa untuk memilih STKIP Nasional sebagai tempat kuliah. Hal ini didukung oleh penelitian Murti, Tri Kresna (2019) dalam penelitiannya bahwa, brand image, promosi dan biaya pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan studi pada program studi pendidikan ekonomi dengan nilai F 23.59.. Selanjutnya dilanjutkan ke uji t.

Hasil uji analisis regresi berganda, seperti terlihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.676	4.215		1.821	.000
X1	.158	.082	.123	1.932	.005
X2	.284	.049	.367	5.797	.000
X3	.112	.060	.119	1.880	.002
X4	.097	.050	.123	1.946	.003

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel 3 dapat dijelaskan hasil koefisien regresi berganda sehingga dapat dibentuk persamaan $Y = 7.676 + 0.158X1 + 0.284X2 + 0.112X3 + 0.097X4$. Berdasarkan

persamaan tersebut, dapat disimpulkan disaat keputusan mahasiswa 0 maka biaya pendidikan sebesar 7.676, demikian juga selanjutnya dengan citra merek, lokasi dan promosi. Selanjutnya nilai yang terdapat pada koefisien regresi nilai X1 sebesar 0.158, menggambarkan bahwa setiap kenaikan 1% biaya pendidikan akan meningkatkan 15.8% keputusan mahasiswa. Selanjutnya nilai X2 sebesar 0.284 bermakna setiap kenaikan 1% citra merek akan meningkatkan 28.4% keputusan mahasiswa, X3 sebesar 0.112 berarti setiap kenaikan 1% lokasi akan mempengaruhi 11.2% keputusan mahasiswa dan X4 sebesar 0.097 berarti setiap kenaikan 1% promosi, maka akan mempengaruhi keputusan mahasiswa sebesar 9.7%..

Selain itu dari data tabel diatas juga dapat dilihat hasil uji hipotesis yaitu :

- 1) Pengaruh Biaya Pendidikan terhadap Keputusan Mahasiswa memilih kuliah STKIP Nasional. Dari tabel diatas dapat kita lihat nilai t hitungnya 1.932 dengan sig 0,005. Artinya nilai sig t > 0,05 (0.005 < 0.05) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa. Artinya semakin tinggi biaya pendidikan maka semakin tinggi pula keputusan mahasiswa memilih kuliah di STKIP Nasional. Hal ini didukung oleh penelitian Murti, Tri Kresna (2019) dalam penelitiannya, bahwa, biaya pendidikan mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih prodi sebesar 0,061
- 2) Pengaruh Citra Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stkip Nasional.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap keputusan mahasiswa kuliah di STKIP Nasional Dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai thitung sebesar $5.797 > 1,66$ (tabel). Artinya semakin bagus *brand image* (citra merek) suatu

perguruan tinggi dimata konsumen , maka semakin tinggi pula keputusan mahasiswa dalam memilih kuliah di STKIP Nasional. Sebaliknya semakin jelek *brand image* (citra merek) suatu perguruan tinggi dimata konsumen maka semakin rendah pula keputusan mahasiswa memilih kuliah di STKIP Nasional Hail ini didukung oleh penelitian Murti, Tri Kresna (2019) dalam penelitiannya, bahwa, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih prodi sebesar 0,230. Jadi dapat disimpulkan bahwa citra merek mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menentukan tempat kuliah

3) Pengaruh Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stkip Nasional.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap keputusan mahasiswa kuliah di STKIP Nasional Dengan nilai sig $0,02 < 0,05$ dan nilai thitung sebesar $1.880 > 1,66$ (*ttabel*). Artinya semakin mudah diakses suatu lokasi suatu perguruan tinggi dimata konsumen , maka semakin tinggi pula keputusan mahasiswa dalam memilih kuliah di STKIP Nasional. Sebaliknya semakin susah diakses lokasi suatu perguruan tinggi dimata konsumen maka semakin rendah pula keputusan mahasiswa memilih kuliah di STKIP Nasional. Hal ini sejalan dengan penelitian Puspitasari, Anggraini (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa lokasi berpengaruh paling dominan dalam menentukan keputusan siswa kelas XII SMA Negeri 22 Surabaya. Jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi mempengaruhi keputusan mahasiswa.

4) Pengaruh Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stkip Nasional.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan

promosi terhadap keputusan mahasiswa kuliah di STKIP Nasional Dengan nilai sig $0,03 < 0,05$ dan nilai thitung sebesar $1.946 > 1,66$ (*ttabel*). Artinya semakin baik promosi yang dilakukan suatu perguruan tinggi , maka semakin baik pula keputusan mahasiswa dalam memilih kuliah di STKIP Nasional. Sebaliknya semakin buruk promosi yang dilakukan perguruan tinggi maka semakin rendah pula keputusan mahasiswa memilih kuliah di STKIP Nasional. Hal ini sejalan dengan penelitian Erdawati (2014) dalam penelitiannya menyatakan bahwa motivasi, persepsi dan promosi mempengaruhi secara parsial dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di STIE Pasaman simpang empat. Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih kuliah di STKIP Nasional.

Uji determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, seperti terlihat berikut ini :

Tabel 4. Analisis determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.434 ^a	.188	.172	3.18837

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

b. Dependent Variable: Y

Dari tabel 4 diatas, dapat kita ketahui hasil pengujian regresi ganda menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.172 atau 17.2%. Artinya bahwa 17.2% keputusan mahasiswa dipengaruhi biaya pendidikan, citra merek, lokasi dan promosi. Sedangkan sisanya 82.8% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan dapat disimpulkan Biaya Pendidikan, Citra merek,

Lokasi dan Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa. Hal ini berarti bahwa biaya pendidikan, citra merek, lokasi dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Semakin tinggi biaya pendidikan, citra merek, lokasi dan promosi maka semakin tinggi keputusan mahasiswa memilih kuliah di STKIP Nasional.

DAFTAR RUJUKAN

- Abi Sujak. (1990). *Kepemimpinan Manajemen*. Jakarta : Penerbit CV Rajawali
- Aditya, et.all (2018). Pengaruh Motivasi, Marketingmix Dan konsep Diri terhadap Keputusan pembelian rumah Baru diperumahan bukit cimanggu city Bogor. Dalam *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis, Vol. 4 No. 3, September 2018*.
- Ariani, Wahyu. (2009). *Manajemen Operasi Jasa*. Jogjakarta : Graha Ilmu
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Erdawati. (2014). Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIE Pasaman Barat Simpang Empat. Dalam *Jurnal Apresiasi Ekonomi Vol 2 No.3. ISSN 2337- 3997*
- Haryanti, dkk (2016). Analysis of the Factors Influencing Bogor Senior High School Student Choice in Choosing Bogor Agricultural University (Indonesia) For Further Study. Dalam *Journal of Education and e-Learning Research ISSN(E) : 2410-9991 ISSN(P) : 2518-0169 Vol. 3, No. 3, 87-97, 2016*
- Hamzah B. Uno, Drs. M.Pd. (2006). *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta : Penerbit PT Bumi Aksara.
- Kasmir. (2013). *Kewirausahaan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Maharani, Sari H., dkk (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin. Dalam *Jurnal INTEKNA, Volume 18, No. 2, Nov 2018: 67-131 ISSN 2443-1060 (Online)* <http://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/issue/archive>
- Mahmudah, Baga & Amanah. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Program Pascasarjana. Dalam *Jurnal Tadbir Muwahid. Volume 3 No. 2 Oktober 2019. P- ISSN 2579-4867. DOI : https://dx.doi.org/103997/jtm.v312.1868*
- Mulyatini, Sri, dkk (2013). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Memilih Program Studi. Dalam *jpfebUNSOED. Vol 3, No 1, ISBN 978-979-9204-67-7*
- Murti, Tri Kresna (2019). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi. Dalam *Edunomic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Vol. 7, No. 2, Tahun 2019. p-ISSN 2337-571X | e-ISSN 2541-562X*
- Nuryadin Muhammad Teguh, dkk (2017). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi

- Pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin. Dalam *Jurnal Wawasan Manajemen*. Vol. 5 Nomor 2, Juni 2017
- Pandji Anoraga, Drs. (1992). *Psikologi Kerja*. Jakarta : Penerbit Rineka Cipta.
- Paul Peter & Jerry C.Olson. (2016). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. Jakarta Selatan : Salemba Empat
- Philip Kotler & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip- Prinsip Pemasaran* Edisi 12. Jakarta : Erlangga
- Puspitasari, Anggraini, dkk (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Universitas Pada Siswa Kelas XII SMA Negeri 22 Surabaya. Dalam *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI, MANAJEMEN DAN KEUANGAN* Vol. 2 No. 1 Mei 2018 Hal. 1 - 10
- Riduwan (2015). *Belajar Mudah Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Rochaety, Eti, dkk (2005). *Sistem Informasi Manajemen Pendidikan*. Jakarta : Bumi Aksara
- Sia, Joseph Kee Ming (2011). Post-Secondary Students' Behaviour in the College Choice Decision. Dalam *Journal of Marketing Research & Case Studies* <http://www.ibimapublishing.com/journals/JMRCS/jmracs.html> Vol. 2011 (2011), Article ID 440964, 15 pages DOI: 10.5171/2011.440964
- Sondang P. Siagian, Prof. Dr. MPA. (1989). *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. Jakarta : Bina Aksara.
- Siswanto, HB. (2009). *Pengantar Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- (2015). *Metode penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sukmadinata dan Nana Syaodih. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Suryani, Komang Winda, (2016). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Jurusan Akuntansi Program S1 Di Universitas Pendidikan Ganesha. Dalam *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi Volume 4 Nomor 2 Desember 2016*. P- ISSN : 2354- 6107
- Thomas M. 2013. *Identity: its purpose and function within consumer residential property purchase decisions [theses]*. New South Wales: Southern Cross University.
- Yusuf, Muri. (2016). *Metode Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group
- Zawita, Putri (2010). Pengaruh citra sekolah, latar belakang ekonomi orang Tua dan lokasi terhadap keputusan peserta didik Melanjutkan sekolah ke sma pertiwi 2 Padang. Skripsi STKIP PGRI Sumatera Barat