

## **Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta (Studi pada Universitas Muria Kudus)**

**Indah Dwi Prasetyaningrum<sup>1</sup>, Etni Marlina<sup>2</sup>,**

Universitas Muria Kudus, Kudus, Indonesia (indahtyaning@gmail.com)<sup>1</sup>

Universitas Muria Kudus, Kudus, Indonesia (etni.marliana@umk.ac.id)<sup>2</sup>

---

**ABSTRACT:** *In recent years, many changes have occurred regarding the condition of higher education. Formerly, to study in higher education is considered as a prestigious thing. However, these days, higher education has been seen as a necessity for the community be able to improve social and economic conditions. This state, increase the number of private universities every year in every region of Indonesia. In Kudus, there were only one private university namely Universitas Muria Kudus. However, today there is another private university in the city. The emergence of another private university in Kudus will increase the competition to get new students. In order to compete with the new private university, it is needed to know factors that influence someone in the university choice. In this research there are four factors that could affect the university choice (1) characteristic of university, (2) quality and facility of university, (3) external factor, and (4) marketing/communication factor. Questionnaire result will be used as primary data in this research. The respondents for this research are 344 students that were on the first semester of all faculties in UMK. Proportional random sampling method is use to determine research sample. Result of the study show that quality and facility of university and marketing/communication factor each has positive and significant influence towards university choice. Meanwhile characteristic of university and external factor each has positive but not significant influence toward university choice.*

**Keywords:** *University choice, private university, higher education, decision making*

**ABSTRAK:** Beberapa tahun terakhir, banyak perubahan telah terjadi dalam dunia pendidikan tinggi. Dulunya menempuh perkuliahan di perguruan tinggi dianggap sebagai suatu hal yang bergengsi. Namun, sekarang pendidikan tinggi telah dipandang menjadi sebuah kebutuhan bagi untuk dapat meningkatkan kondisi sosial dan ekonomi. Hal tersebut menyebabkan semakin banyak muncul banyak Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di berbagai daerah di Indonesia. Di Kabupaten Kudus yang awalnya hanya terdapat satu universitas yaitu Universitas Mura Kudus. Namun kemudian, saat ini telah berkembang muncul universitas swasta lain di Kabupaten Kudus. Munculnya universitas lain di Kudus akan meningkatkan persaingan UMK dalam mendapatkan mahasiswa baru. Agar tidak kalah bersaing dengan universitas yang baru, perlu diketahui faktor-faktor yang menentukan seseorang menentukan pilihan universitas untuk menempuh pendidikan tinggi. Dalam penelitian ini terdapat empat faktor utama yang akan diteliti dalam kaitannya dengan keputusan memilih universitas, yaitu (1) karakteristik universitas; (2) kualitas dan fasilitas universitas; (3) faktor eksternal; dan (4) faktor pemasaran/komunikasi. Hasil pengisian kuesioner akan digunakan sebagai data primer dalam penelitian ini. Responden dari penelitian ini adalah 344 mahasiswa UMK semester 1 di berbagai

jurusan. Pengambilan sampel akan dilakukan dengan menggunakan metode “*proportional random sampling*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, faktor kualitas dan fasilitas universitas serta faktor pemasaran/komunikasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas. Sedangkan faktor lainnya (karakteristik universitas dan faktor eksternal) berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas.

**Keywords:** *Pemilihan Universitas, Perguruan Tinggi Swasta, Perguruan Tinggi, Pembuatan Keputusan.*

### ***To Cite This Artikel***

Prasetyaningrum, I.D. & Marlina, E. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta (Studi pada Universitas Muria Kudus). *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol. 17 No. 2 Tahun 2020

---

## **PENDAHULUAN**

Dalam beberapa tahun terakhir, banyak perubahan telah terjadi dalam dunia pendidikan tinggi. Pada awalnya untuk dapat menempuh perkuliahan di perguruan tinggi dianggap sebagai suatu hal yang bergengsi. Namun, sekarang pendidikan tinggi telah dipandang menjadi sebuah kebutuhan bagi masyarakat Aydin (2015). Hal ini salah satunya dikarenakan banyaknya tuntutan di pasar tenaga kerja yang memberikan syarat minimal suatu pekerjaan harus diduduki oleh orang yang telah lulus dari tingkat perguruan tinggi. Selain itu, masyarakat menilai bahwa dengan masuk ke perguruan tinggi seseorang akan memiliki kesempatan yang lebih besar untuk meningkatkan status sosial ekonominya (Latifah, 2015).

Melihat banyaknya kebutuhan akan pendidikan tinggi, jumlah perguruan tinggi semakin lama semakin bertambah (Fakhri, Gilang, & Ratnayu, 2017). Perguruan Tinggi Swasta (PTS) banyak bermunculan di berbagai daerah yang belum mampu dijangkau oleh Perguruan Tinggi Negeri (PTN). Banyaknya jumlah perguruan tinggi membuat persaingan dalam dunia pendidikan tinggi semakin ketat. Masing-masing perguruan tinggi berusaha untuk mendapatkan mahasiswa sebanyak-banyaknya. Jumlah mahasiswa merupakan salah satu faktor yang menentukan kelangsungan suatu perguruan tinggi terutama PTS.

Universitas Muria Kudus (UMK) merupakan satu-satunya perguruan tinggi swasta yang berlokasi di Kabupaten Kudus. Namun, seiring berjalannya waktu mulai muncul Universitas lain di sekitar lokasi tempat UMK berdiri. Salah satu perguruan tinggi yang ada di Kudus, STIKES Kudus, saat ini sudah berubah nama menjadi Universitas Muhammadiyah Kudus, Dengan status baru sebagai universitas, perguruan tinggi tersebut membuka berbagai fakultas serta jurusan lain (Diktilitbang, 2018). Hal tersebut menyebabkan paling tidak terdapat 2 (dua) PTS yang ada di Kabupaten Kudus.

Pertambahan jumlah universitas di Kudus dapat mejadi tantangan bagi UMK. Para calon mahasiswa akan memiliki lebih banyak alternatif perguruan tinggi yang dapat dipilih untuk dijadikan tempat menimba ilmu. UMK perlu melakukan berbagai macam usaha agar tidak kalah dari perguruan tinggi baru dalam menarik calon mahasiswa. Salah satu usaha yang penting dilakukan adalah mengetahui faktor-faktor yang menentukan seseorang menentukan pilihan universitas untuk menempuh pendidikan tinggi (Mulyono, 2016).

Keputusan pemilihan universitas merupakan salah satu keputusan penting yang harus dipilih seseorang ketika dewasa. Karier seseorang biasanya akan dibangun dan berkaitan dengan pendidikan yang telah mereka dapatkan sebelumnya. Oleh karenanya seseorang akan sangat berhati-hati dan penuh pertimbangan ketika menentukan memilih suatu universitas. Akan

terdapat banyak hal yang dapat mempengaruhi seseorang ketika membuat keputusan tersebut.

Penelitian terhadap faktor yang menentukan seseorang memilih universitas, menjadi komponen yang perlu diperhatikan bagi perguruan tinggi untuk menentukan strategi dalam menarik calon mahasiswa baru (Ming, 2010). Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut universitas mengetahui apa yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki agar lebih banyak mahasiswa yang tertarik masuk ke universitas tersebut. Lebih jauh lagi penelitian ini dapat digunakan universitas untuk menentukan keunggulan kompetitif yang ditawarkan pada calon mahasiswa baru.

Berdasarkan uraian di atas, telah diketahui bahwa saat ini UMK menghadapi persaingan yang lebih ketat karena bertambahnya jumlah universitas. UMK kedepannya akan mengalami persaingan yang lebih ketat dalam mencari calon mahasiswa. Agar tetap bisa bertahan ditengah persaingan, dibutuhkan informasi mengenai hal-hal yang mempengaruhi seseorang memutuskan untuk berkuliah di UMK. Keadaan inilah yang melatarbelakangi dibuatnya penelitian dengan judul “Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta (Studi pada Universitas Muria Kudus)”.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Keputusan Pemilihan Universitas**

Keputusan pemilihan universitas dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk dari perilaku konsumen (Chen & Zimitat, 2006). Mahasiswa dapat dikatakan sebagai konsumen dari sebuah Universitas yang memiliki kebutuhan untuk mendapatkan ilmu dan juga gelar dari sebuah jurusan yang diambilnya. Seorang konsumen membutuhkan berbagai macam informasi sehingga didapatkan alternatif terbaik untuk memenuhi kebutuhannya (Fakhri et al., 2017). Oleh karena itu, dibutuhkan informasi tentang perguruan tinggi terkait sebelum calon mahasiswa memutuskan tempat untuk berkuliah.

Proses pengambilan keputusan pemilihan universitas akan melalui tiga tahapan utama (Sidin, Hussin, & Soon, 2003). Pertama, seorang calon mahasiswa menyadari bahwa memiliki minat untuk melanjutkan menuntut ilmu di tingkat perguruan tinggi. Kedua, calon mahasiswa mencari informasi penting mengenai perguruan tinggi yang ingin mereka tuju. Ketiga, seorang calon mahasiswa memutuskan untuk mendaftar di perguruan tinggi tertentu. Dalam proses pengambilan keputusan tersebut, akan dipengaruhi oleh banyak faktor. Ambarwati, Sunarti, and Mawardi (2015) menyatakan terdapat stimuli eksternal berupa rangsangan pemasaran dan lingkungan yang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan.

### **Faktor Pemilihan Program Studi**

Terdapat berbagai faktor yang dijadikan pertimbangan sebagai dasar pemilihan tempat berkuliah. Hal ini telah dicoba untuk diteliti oleh peneliti-peneliti sebelumnya (Aydin, 2015; Fakhri et al., 2017; Ming, 2010; Ruslan, Ariffin, Islam, & Zaidi, 2014). Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah karakteristik universitas, kualitas dan fasilitas kampus, faktor eksternal, dan faktor pemasaran (komunikasi).

Faktor karakteristik universitas memberikan gambaran umum mengenai kondisi umum yang melekat pada kampus (Fakhri et al., 2017). Penelitian Ruslan et al. (2014) berusaha untuk mengetahui determinan pilihan siswa di Malaysia untuk menempuh pendidikan yang lebih tinggi. Dalam penelitian tersebut yang termasuk dalam karakteristik lingkungan adalah lokasi dan reputasi institusi sebagai indikator dalam karakteristik universitas. Sedangkan (Ming, 2010) memasukkan lokasi, program akademik, reputasi kampus, fasilitas pendidikan, biaya,

ketersediaan bantuan keuangan, peluang kerja dalam hal faktor karakteristik universitas.

Dalam menentukan pilihan universitas mahasiswa juga memperhatikan faktor kualitas dan fasilitas kampus. Yang termasuk dalam faktor tersebut adalah program akademik dan kesempatan untuk bekerja (Ruslan, Arifin, Islam, & Zaidi, 2014). Selain itu kualitas mengajar, koleksi perpustakaan, reputasi universitas, dan struktur program juga merupakan hal-hal yang dinilai masuk sebagai faktor kualitas dan fasilitas kampus (Ming, 2010).

Selain karakteristik universitas dan kualitas kampus, lingkungan eksternal dari orang-orang yang berada di sekitar juga memberikan pengaruh dalam keputusan pilihan universitas. Orang-orang tersebut biasa disebut kelompok referensi termasuk di dalamnya adalah orang tua dan teman (Aydin, 2015; Ruslan, Arifin, Islam, & Zaidi, 2014). Dalam studinya di Thailand (Pimpa & Suwannapirom, 2007) juga menambahkan guru sekolah menengah atas sebagai seseorang yang dapat memberi pertimbangan pada mahasiswa dalam penentuan Universitas.

Faktor lain yang dinilai penting sebagai pertimbangan tempat berkuliah adalah pemasaran dan komunikasi yang dilakukan oleh universitas. Aydin (2015) mengemukakan bahwa internet dan website, publikasi, dan media (TV, koran, dan majalah) merupakan faktor yang berpengaruh terhadap proses pemilihan universitas. Sedangkan Ming (2010) membagi usaha komunikasi terhadap mahasiswa kedalam tiga hal yaitu iklan, admisi perwakilan kampus, dan kunjungan ke kampus.

### **Hubungan Karakteristik Universitas terhadap Keputusan Pemilihan Universitas**

Lokasi dan biaya sebagai digunakan dalam dimensionalisasi variabel karakteristik universitas. Lokasi berhubungan dengan seberapa jauh letak perguruan tinggi dari rumah mahasiswa. Sedangkan yang dimaksud biaya adalah jumlah uang yang harus dibayarkan untuk menempuh pendidikan tinggi, termasuk di dalamnya adalah biaya akomodasi dan transportasi (Aydin, 2015).

Karakteristik universitas dalam hal lokasi memiliki hubungan yang cukup kuat dalam keputusan pemilihan universitas. Lokasi yang semakin dekat akan berdampak positif terhadap keputusan pemilihan universitas (Ming, 2010). Apabila perguruan tinggi terletak di lokasi yang tidak jauh dari keluarga, maka mahasiswa memiliki kemungkinan untuk tinggal dengan keluarga. Faktor lokasi akan lebih menjadi perhatian bagi mahasiswa dari kalangan keluarga berpenghasilan rendah (Ruslan et al., 2014).

Pertimbangan dari sisi biaya menjadi isu yang semakin penting dalam pemilihan universitas rendah (Ruslan et al., 2014). Berdasarkan review yang dilakukan oleh Ming (2010) ditemukan bahwa biaya kuliah memiliki hubungan yang negatif terhadap keputusan memilih universitas. Sedangkan bantuan biaya kuliah memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan memilih universitas.

### **Hubungan Kualitas dan Fasilitas Kampus terhadap Keputusan Pemilihan Universitas**

Ketersediaan program studi, fasilitas, dan prospek pekerjaan menjadi dimensionalisasi dari faktor kualitas dan fasilitas kampus. Berbeda dengan pendidikan menengah dan atas, pendidikan tinggi memberikan kebebasan seseorang untuk memilih jurusan sesuai keinginannya. Oleh karena itu ketersediaan program studi yang sesuai dengan minat dan ketertarikan seseorang dipandang sangat penting universitas (Ming, 2010). Berdasarkan review yang dilakukan oleh (Ruslan et al., 2014) ditemukan bahwa ketersediaan program studi selalu menjadi salah satu hal yang menjadi pertimbangan utama dalam proses pemilihan universitas. Apabila sebuah universitas menyediakan program sesuai yang menjadi minat calon mahasiswa baru, maka

universitas tersebut akan mendapat pertimbangan yang lebih. Dengan demikian, ketersediaan program studi memiliki hubungan positif terhadap pemilihan universitas.

Fasilitas dan prospek pekerjaan juga memiliki hubungan positif dengan keputusan pemilihan universitas. Dari segi fasilitas yang dianggap penting oleh mahasiswa misalnya saja perpustakaan, gedung, dan ruang kelas (Ming, 2010). Penelitian Khairani dan Razak (2013) menemukan bahwa fasilitas menjadi hal yang dipertimbangkan nomor dua setelah lingkungan perguruan tinggi. Sedangkan dalam hal prospek pekerjaan, mahasiswa memandang hal tersebut sebagai hal yang penting dalam pemilihan universitas karena mereka mengharapkan untuk segera mendapatkan pekerjaan setelah lulus (Aydin, 2015). Seseorang akan lebih tertarik untuk berkuliah di perguruan tinggi dimana mereka akan menerima memungkinkan untuk mendapatkan manfaat ekonomi yang besar setelah lulus (Ruslan et al., 2014).

### **Hubungan Faktor Eksternal terhadap Keputusan Pemilihan Universitas**

Orang tua dan teman menjadi salah satu sumber referensi utama bagi seseorang untuk menentukan universitas. Beberapa studi menunjukkan bahwa orang tua dan teman memiliki pengaruh yang positif dalam menentukan keputusan pemilihan universitas (Ruslan et al., 2014; Sidin et al., 2003; Zain, Jan, & Ibrahim, 2013). Bagi mahasiswa-mahasiswa Asia, saran dari orang tua memiliki pengaruh yang besar bagi penentuan universitas (Zain et al., 2013). Disamping itu, seorang anak akan lebih mungkin untuk melanjutkan ke perguruan tinggi apabila orangtuanya sering mendiskusikan masalah pendidikan.

Selain orang tua, teman merupakan salah satu rujukan pertama bagi para siswa dalam proses pencarian dan memilih perguruan tinggi (Ruslan et al., 2014). Seseorang akan lebih tertarik untuk mendaftar suatu perguruan tinggi apabila dia memiliki teman di tempat tersebut. Apabila terdapat penilaian yang positif dan teman yang menempuh pendidikan di tempat tersebut, universitas akan lebih dipertimbangkan untuk dipilih.

### **Hubungan Faktor Pemasaran/Komunikasi terhadap Keputusan Pemilihan Universitas**

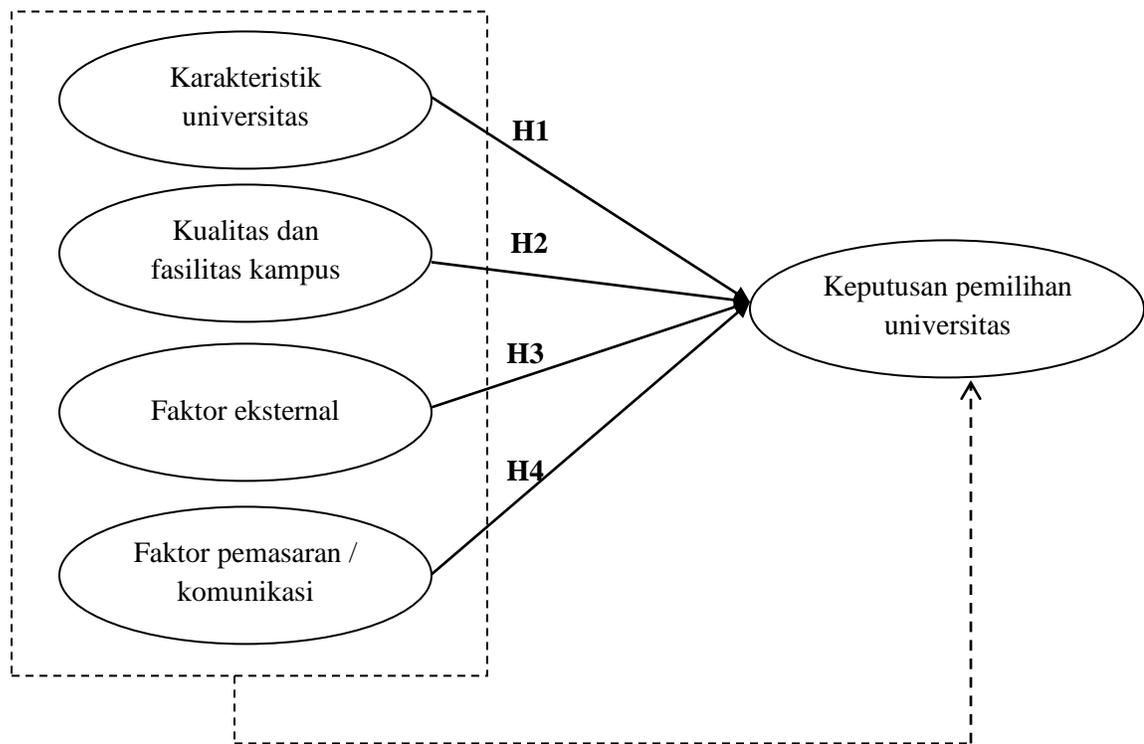
Dalam faktor pemasaran dan komunikasi iklan dan admisi perwakilan kampus menjadi hal yang penting. Berdasarkan review yang dilakukan oleh Ming (2010) iklan dan perwakilan admisi kampus memiliki hubungan positif terhadap keputusan pemilihan universitas. Melalui iklan (Aydin, 2015) dan perwakilan admisi kampus, calon mahasiswa baru dapat lebih mengenal universitas. Selain itu kunjungan perwakilan kampus ke sekolah menengah juga dapat dijadikan sarana oleh perguruan tinggi untuk melakukan komunikasi langsung terhadap para calon mahasiswa baru. Apabila didapatkan informasi sesuai dengan yang dibutuhkan oleh calon mahasiswa, diharapkan akan muncul ketertarikan untuk memilih universitas tersebut sebagai tempat untuk menempuh pendidikan tinggi.

### **Kerangka Pemikiran Teoritis**

Kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1. Berdasarkan model tersebut, maka hipotesis penelitian yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H<sub>1</sub> : Faktor karakteristik universitas (X<sub>1</sub>) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pemilihan universitas (Y).
- H<sub>2</sub> : Faktor kualitas dan fasilitas kampus (X<sub>2</sub>) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pemilihan universitas (Y).

- H<sub>3</sub> : Faktor eksternal (X<sub>3</sub>) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pemilihan universitas (Y).
- H<sub>4</sub> : Faktor pemasaran/komunikasi (X<sub>4</sub>) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pemilihan universitas (Y).
- H<sub>5</sub> : Faktor karakteristik universitas, faktor kualitas dan fasilitas kampus, faktor eksternal, serta faktor pemasaran/komunikasi, memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pemilihan universitas.



Gambar 1. Kerangka pemikiran teoritis

Sumber : Hasil review yang dikembangkan untuk Penelitian

## METODE RISET

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari hasil kuesioner. Subjek penelitian merupakan mahasiswa baru (semester 1) dari berbagai program studi di Universitas Muria Kudus. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* berupa *proportional random sampling*.

Dari tabel 1 diketahui bahwa jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 2460 mahasiswa dari 6 fakultas. Dari jumlah tersebut, berdasarkan rumus slovin dengan taraf signifikansi 5 %, ditemukan jumlah sampel yang diperlukan sebanyak 344 orang. Sampel diambil dari masing-masing fakultas secara proporsional sesuai dengan besarnya populasi. Perhitungan jumlah sampel dari masing fakultas dapat dilihat di tabel 1.

Tabel 1: Perhitungan jumlah sampel penelitian

FAKULTAS	JUMLAH MAHASISWA SEMESTER 1 TAHUN 2019	JUMLAH SAMPEL
Fakultas Ekonomi & Bisnis	920 mahasiswa	$920 / 2460 \times 344 = 129$ mahasiswa
Fakultas Hukum	199 mahasiswa	$199 / 2460 \times 344 = 28$ mahasiswa
FKIP	455 mahasiswa	$455 / 2460 \times 344 = 64$ mahasiswa
Fakultas Pertanian	74 mahasiswa	$74 / 2460 \times 344 = 10$ mahasiswa
Fakultas Teknik	689 mahasiswa	$689 / 2460 \times 344 = 96$ mahasiswa
Fakultas Psikologi	123 mahasiswa	$123 / 2460 \times 344 = 17$ mahasiswa
<b>TOTAL</b>	<b>2460 mahasiswa</b>	<b>344 mahasiswa</b>

Sumber: BAAK UMK (2019)

Pertanyaan yang disajikan dalam kuesioner berupa pertanyaan tertutup. Pertanyaan dibuat dengan menggunakan skala interval, untuk memperoleh data yang dapat menunjukkan pengaruh atau hubungan antara variabel. Skala yang digunakan adalah skala likert dengan rentang interval 1 – 5. Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai r-hitung. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*.

Tabel 2. Uji validitas

Variabel	Kode	Nilai r Hitung	Hasil
Karakteristik universitas (X1)	X1.1	0,678	Valid
	X1.2	0,761	Valid
	X1.3	0,726	Valid
	X1.4	0,659	Valid
Kualitas dan fasilitas kampus (X2)	X2.1	0,627	Valid
	X2.2	0,667	Valid
	X2.3	0,667	Valid
	X2.4	0,804	Valid
	X2.5	0,786	Valid
	X2.6	0,702	Valid
Faktor eksternal (X3)	X3.1	0,721	Valid
	X3.2	0,688	Valid
	X3.3	0,661	Valid
	X3.4	0,688	Valid
Faktor pemasaran/komunikasi (X4)	X4.1	0,764	Valid
	X4.2	0,791	Valid
	X4.3	0,846	Valid
	X4.4	0,818	Valid
Keputusan pemilihan universitas (X5)	Y.1	0,636	Valid
	Y.2	0,600	Valid
	Y.3	0,800	Valid
	Y.4	0,815	Valid
	Y.5	0,802	Valid
	Y.6	0,666	Valid

Sumber: Data primer diolah (2019)

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan Uji t, Uji F, dan uji koefisien determinasi. Model regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat ditunjukkan dengan fungsi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan

- Y = Keputusan Pemilihan Universitas
- X1 = Karakteristik Universitas
- X2 = Kualitas dan Fasilitas Kampus
- X3 = Faktor Eksternal
- X4 = Faktor Pemasaran / Komunikasi
- a = Konstanta
- b = Koefisien Regresi

### PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Hasil uji validitas dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2. Berdasarkan hasil uji validitas didapatkan bahwa untuk semua item pertanyaan dari masing-masing variabel memiliki nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel (0,1966). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 3 menunjukkan hasil uji reliabilitas masing-masing variabel independen dan variabel dependen. Berdasarkan hasil uji variabel ditemukan bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel dalam penelitian ini handal (*reliabel*).

Tabel 3: Uji reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha
1.	Karakteristik Universitas (X1)	0,661
2.	Kualitas & Fasilitas Kampus (X2)	0,799
3.	Faktor Eksternal (X3)	0,627
4.	Faktor Pemasaran / Komunikasi (X4)	0,818
5.	Keputusan Pemilihan Universitas (Y)	0,811

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasar hasil penelitian kepada 344 responden, diketahui bahwa mayoritas responden didominasi oleh mahasiswa berjenis kelamin perempuan sebesar 225 responden (65,4%). Sisanya 119 responden (34,6%) berjenis kelamin laki-laki.

Untuk menguji H1-H4 dilakukan uji t yang hasilnya dapat dilihat pada tabel 4. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Adapun variabel independen dalam penelitian ini meliputi variabel karakteristik universitas (X1), kualitas dan fasilitas kampus (X2), faktor eksternal (X3), dan faktor pemasaran / komunikasi (X4) terhadap keputusan pemilihan universitas sebagai variabel dependen (Y).

Hipotesis dapat diterima apabila nilai signifikansi berada di bawah 0,05. Selain itu juga dapat dilihat dari perbandingan t hitung dengan t tabel masing-masing variabel. Apabila nilai t hitung masing-masing variabel independen lebih besar daripada nilai t tabel 1,967 berarti hipotesis dapat diterima.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4 diketahui bahwa variabel kualitas dan fasilitas kampus (X2) dan faktor pemasaran/komunikasi (X4), memiliki koefisien bernilai positif dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 dan t hitung > t tabel 1,967. Oleh karena itu, faktor variabel

kualitas dan fasilitas kampus serta faktor pemasaran/komunikasi masing-masing memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas. Oleh karena itu H2 dan H4 yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Tabel 4: Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.748	1.882		3.586	.000
X1	.124	.072	.091	1.715	.087
X2	.299	.072	.225	4.126	.000
X3	.099	.065	.076	1.516	.130
X4	.366	.065	.290	5.588	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer diolah (2019)

Sedangkan untuk variabel faktor karakteristik universitas (X1) dan faktor eksternal (X2), memiliki koefisien bernilai positif dengan tingkat signifikansi diatas 0,05 dan t hitung > t tabel 1,967. Hal ini berarti bahwa faktor karakteristik universitas dan faktor eksternal masing-masing memiliki hubungan yang positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas. Dengan demikian, H1 dan H3 dalam penelitian ini ditolak.

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Dari output pada tabel 5, diketahui bahwa nilai F hitung adalah sebesar 24,663 lebih besar dari F tabel sebesar 2,40 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (di bawah 0,05). Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa seluruh variabel bebas, yaitu variabel karakteristik universitas, kualitas dan fasilitas kampus, faktor eksternal, dan faktor pemasaran / komunikasi secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas. Dengan demikian, H5 dalam penelitian ini diterima.

Tabel 5: Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1090.974	4	272.744	24.663	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3748.979	339	11.059		
	Total	4839.953	343			

a. Dependent Variable: Y

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

Sumber: Data primer diolah (2019)

Pada penelitian ini, dilihat dari tabel 6 diperoleh nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,225 atau 22,5 %. Dengan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel independen di dalam model penelitian ini hanya dapat menjelaskan sebesar 22,5 % dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan universitas. Sedangkan sisanya sebesar 77,5 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak

dijelaskan dalam penelitian ini.

Tabel 6: Koefisien determinasi

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.475 <sup>a</sup>	.225	.216	3.325	.225	24.663	4	339	.000

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

Sumber: Data primer diolah (2019)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor karakteristik universitas memiliki hubungan yang positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas. Hal ini berarti bahwa jarak atau lokasi universitas dan biaya bukanlah merupakan hal yang dijadikan pertimbangan dalam keputusan pemilihan universitas. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang ditunjukkan oleh Farhiansyah dan Zubir (2015) yang menemukan bahwa lokasi berpengaruh secara tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih UT-UPBJJ Pontianak. Akan tetapi, biaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih UT-UPBJJ Pontianak secara signifikan.

Hasil selanjutnya ditemukan bahwa variabel kualitas dan fasilitas kampus memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas. Hal ini berarti bahwa ketersediaan program studi, fasilitas kampus, dan prospek pekerjaan termasuk dalam hal yang dapat membuat seseorang memutuskan untuk berkuliah di Universitas Muria Kudus. Oleh karena itu, universitas diharapkan untuk dapat meningkatkan kualitas program studi yang sudah ada serta menyediakan program studi yang sedang diminati oleh calon mahasiswa. Selain itu, universitas dapat meningkatkan kualitas gedung perpustakaan dan jumlah buku – buku yang digunakan sebagai bahan referensi. Selanjutnya terkait dengan prospek pekerjaan universitas dapat melakukan MOU program magang dengan beberapa instansi perkantoran. Tujuannya agar semakin banyak mahasiswa yang dapat melihat dunia kerja sebelum mereka lulus. Dengan demikian diharapkan mereka akan lebih siap dalam menghadapi persaingan pasar tenaga kerja ketika lulus.

Penelitian ini juga menemukan bahwa faktor eksternal berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pemilihan universitas. Hal ini berarti bahwa orang tua dan teman tidak sepenuhnya menjadi penentu mahasiswa dalam memutuskan memilih universitas. Dengan demikian perlu dilakukan analisis lebih lanjut untuk mengetahui figur mempengaruhi mahasiswa dalam pemilihan universitas. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Ruslan et al. (2014) dan Zain et al. (2013) menyatakan bahwa orang tua dan teman memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas.

Hasil lain dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa selain faktor kualitas dan fasilitas kampus, faktor pemasaran/komunikasi juga berpengaruh terhadap keputusan pemilihan universitas. Hal ini mendukung penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh Ming (2010) dan

Aydin (2015). Faktor pemasaran/komunikasi memiliki peranan yang lebih kuat dibandingkan dengan faktor kualitas dan fasilitas kampus. Oleh karena itu, universitas harus menambah alokasi sumber daya yang digunakan untuk melakukan iklan. Selain itu, universitas juga dapat lebih sering melakukan komunikasi secara langsung kepada masyarakat. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengikuti pameran perguruan tinggi, mengirim dosen untuk memberikan seminar-seminar di SMA, dan mengirim admisi perwakilan kampus ke SMA untuk memperkenalkan universitas.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini dilakukan pada 344 orang mahasiswa semester satu Universitas Muria Kudus. Dari hasil penelitian menunjukkan tiga hipotesis (H2, H4, H5) yang diterima dan dua hipotesis (H1 dan H3) yang ditolak. Berdasarkan penelitian ini, diketahui bahwa dua variabel yang memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas adalah variabel kualitas dan fasilitas kampus serta variabel faktor pemasaran/komunikasi. Sedangkan dua variabel lain yang digunakan dalam penelitian ini (faktor karakteristik universitas dan faktor eksternal) memiliki hubungan positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas. Sedangkan faktor karakteristik universitas, kualitas dan fasilitas kampus, variabel kualitas dan fasilitas kampus, dan faktor pemasaran/komunikasi secara simultan (bersama-sama) memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas.

Nilai koefisien determinasi dari penelitian ini masih cukup rendah yaitu sebesar 22,5 %. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel lain yang sekiranya dapat menjelaskan keputusan pemilihan universitas dengan lebih baik. Selain itu, dalam penelitian ini objeknya terbatas hanya pada satu universitas. Untuk mendapatkan generalisasi yang lebih baik, objek penelitian bisa diperluas tidak hanya dalam satu universitas, tetapi misalnya di beberapa universitas di beberapa kota yang berbeda.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ambarwati, M., Sunarti, & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 25(1), 1-7.
- Aydin, O. T. (2015). University Choice Process: A Literature Review on Models and Factors Affecting the Process. *Journal of Higher Education*, 5(2), 103–111. doi:10.2399/yod.15.008
- Chen, C.-H., & Zimitat, C. (2006). Understanding Taiwanese students' decision-making factors regarding Australian international higher education. *International Journal of Educational Management*, 20(2), 91-100. doi:10.1108/09513540610646082
- Diktilitbang. (2018). 2 Universitas Baru Muhammadiyah, Kini Hadir di Kudus dan Lamongan. Retrieved from <http://diktilitbangmuhammadiyah.org/id/2-universitas-baru-muhammadiyah-kini-hadir-di-kudus-dan-lamongan/>
- Fahriansyah, & Zubir, E. (2015). Analisis Pengaruh biaya dan Lokasi Terhadap keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Terbuka (Studi Pada mahasiswa UPBJJ-UT Pontianak). *Integra*, 5(1), 32-50.
- Fakhri, M., Gilang, A., & Ratnayu, N. (2017). Analisis Faktor Pembentuk Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta Universitas Telkom (Studi Pada Mahasiswa Prodi S1

- Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom Angkatan 2016. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 11(1), 1-12.
- Khairani, A. Z. b., & Razak, N. b. A. (2013). Assessing Factors Influencing Students' Choice of Malaysian Public University : A Rasch Model Analysis. *International Journal of Applied Psychology*, 3(1), 19-24. doi:10.5923/j.ijap.20130301.04
- Latifah, I. (2015). Factors Influencing Malaysian Students' Choice of Major In Universities In The United Kingdom. *The Online Journal of Quality in Higher Education*, 2(5), 10-23.
- Ming, J. S. K. (2010). Institutional Factors Influencing Students' College Choice Decision in Malaysia: A Conceptual Framework. *International Journal of Business and Social Science*, 1(3), 53-58.
- Mulyono, H. (2016). Brand Awareness And Brand Image of Decision Making On University. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 18(2), 163–173. doi:10.9744/jmk.18.2.163-173
- Pimpa, N., & Suwannapirom, S. (2007). Thai students' choices of vocational education: marketing factors and reference groups. *Educational Research for Policy and Practice*, 7(2), 99-107. doi:10.1007/s10671-007-9035-9
- Ruslan, R. B. I., Ariffin, K. H. K., Islam, M. A., & Zaidi, N. I. B. M. (2014). Determinants Students' Selection of Higher Education Institutions in Malaysia. *Advances in Environmental Biology*, 8(9), 406-416.
- Sidin, S. M., Hussin, S. R., & Soon, T. H. (2003). An Exploratory Study of Factors Influencing the College Choice Decision of Undergraduate Students in Malaysia. *Asia Pacific Management Review*, 8(3), 259-280.
- Zain, O. M., Jan , M. T., & Ibrahim, A. B. (2013). Factors Influencing Students' Decisions In Choosing Private Institutions Of Higher Education In Malaysia: A Structural Equation Modelling Approach. *Asian Academy of Management Journal*, 18(1), 75–90.