

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 3, No. 2, Juli - Desember 2018

Editorial Team

Editor-In-Chief

Imam Mujahid, (SCOPUS ID : 57208214175);
IAIN Surakarta, Indonesia

Editorial Board

Waryono Abdul Ghafur, UIN Sunan Kalijaga, Indonesia
Diajeng Laily Hidayati, IAIN Samarinda, Indonesia
Akhmad Anwar Dani, IAIN Surakarta, Indonesia
Ahmad Saifuddin, IAIN Surakarta, Indonesia
Abraham Zakky, IAIN Surakarta, Indonesia
Rhesa Zuhriya Pratiwi, IAIN Surakarta, Indonesia

Alamat Redaksi :

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Surakarta
Jl. Pandawa No. 1, Pucangan, Kartasura,
Sukoharjo, Jawa Tengah 57168
Phone : +62 271 - 781516
Fax : +62 271 - 782774

Surel : journal.albalagh@gmail.com, journal.albalagh@iain-surakarta.ac.id

Laman : <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/al-balagh>

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 3, No. 2, Juli - Desember 2018

Daftar Isi

- Fatwa MUI tentang Atribut Keagamaan dalam Perspektif Komunikasi Dakwah
Mubd. Maryadi Adha 149 - 174
- Refleksi Kebenaran: Prinsip Kejujuran Sebagai Komunikasi Spiritual Anak di Era Digital
Muhamad Iqbal & Cesilia Prawening 175 - 192
- Hambatan Komunikasi Pendamping Sosial
Imam Alfi 193 - 210
- Korelasi Penggunaan *Gadget* Terhadap Kepuasan Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa Disabilita
Nisa Azizah & Arina Rahmatika 211 - 234
- Mahasiswa dan Keputusan Memilih Jurusan (Analisis Kuantitatif Pada Mahasiswa KPI IAIN Surakarta Angkatan 2017/2018)
Agus Sriyanto 235 - 258
- Kepuasan Mahasiswa KPI IAIN Surakarta dalam Pemilihan Konsentrasi Jurusan
Eny Susilowati & Rhesa Zubriya Briyan Pratiwi 259 - 292

**MAHASISWA DAN KEPUTUSAN MEMILIH
JURUSAN (Analisis Kuantitatif Pada Mahasiswa KPI
IAIN Surakarta Angkatan 2017/2018)**

DOI : <http://dx.doi.org/10.22515/balagh.v3i2.1386>

Agus Sriyanto

Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Abstract

Keywords:

*decisions, factor,
students*

Students certainly have a number of separate considerations in choosing a college and its majors to be taken. Including the variety of factors that influence the decision to choose. For this reason, a research is needed on what factors influence students in choosing a department in college. The research was conducted at the Islamic of Communication and Broadcasting Department (KPI) of the Theology and Da'wah Faculty of IAIN Surakarta in 2017/2018. Based on the results of the FGD, the desire of students to enter KPI was because of the motivation, promotion and encouragement of parents, and the influence of friends. With quantitative descriptive method, this study uses respondents as well as a sample of 158 students. Data collection is done by distributing questionnaires, library studies, and interviews to complete the data. Data analysis was carried out through validity and reliability, homogeneity, normality, linearity, and ended with multiple regression tests.

Abstrak

Kata Kunci:

*Keputusan, faktor,
mahasiswa*

Mahasiswa tentu memiliki sejumlah pertimbangan tersendiri dalam memilih perguruan tinggi dan jurusan yang akan diambil. Termasuk pula beragamnya faktor yang memengaruhi keputusan memilih. Untuk itu, diperlukan penelitian tentang faktor apa saja yang memengaruhi mahasiswa dalam memilih jurusan di perguruan tinggi. Penelitian ini dilakukan di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta Angkatan 2017/2018. Berdasarkan hasil FGD, keinginan mahasiswa untuk masuk ke Jurusan KPI disebabkan karena adanya motivasi, promosi dan dorongan orang

tua, serta pengaruh teman. Dengan metode deskriptif kuantitatif, penelitian ini menggunakan responden sekaligus sampel sejumlah 158 mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran angket, studi pustaka, dan wawancara guna melengkapi data. Analisis data dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas, homogenitas, normalitas, linieritas, dan diakhiri dengan uji regresi berganda.

I. PENDAHULUAN

Kesadaran masyarakat untuk melanjutkan ke jenjang lebih tinggi setelah lulus Sekolah Menengah Atas (SMA) atau yang sederajat, salah satunya didorong oleh tingginya tuntutan dunia kerja perusahaan. Sebagian besar dari perusahaan, apalagi perusahaan besar, cenderung memerlukan pegawai yang merupakan lulusan diploma dan sarjana, meskipun masih banyak pula yang membutuhkan lulusan SMA atau yang sederajat. Namun demikian, tetap saja terdapat penempatan kerja yang berbeda antara yang lulusan SMA atau yang sederajat, dibandingkan dengan lulusan sarjana maupun diploma.

Adanya minat para siswa untuk melanjutkan jenjang pendidikan ke perguruan tinggi semakin tahun semakin meningkat. Lulusan siswa SMA dari seluruh Indonesia bersaing supaya dapat melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Salah satu hal untuk mencapai kesuksesan perguruan tinggi adalah dengan adanya keberadaan mahasiswa. Dalam memilih perguruan tinggi, pastinya mahasiswa punya faktor pertimbangan tersendiri dalam memilih perguruan tinggi dan jurusannya. Faktor yang mempengaruhinya pun beragam. Citra dan reputasi sebuah perguruan tinggi misalnya, secara sederhana menjadi salah satu pertimbangan bagi calon mahasiswa untuk memilih sebuah lembaga pendidikan (Risnawati & Irwandi, 2012). Guna mengetahui hal ini, maka diperlukan adanya penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih jurusan di perguruan tinggi.

Adapun keputusan memilih seorang individu pada dasarnya dipengaruhi oleh beberapa aspek, seperti: perbedaan individu, pengaruh

lingkungan, serta proses psikologis pada diri seseorang (Ary, 2015). Terkait fasilitas serta mutu pelayanan yang diberikan oleh jurusan misalnya, selanjutnya turut mempengaruhi mahasiswa, yang mana mahasiswa merupakan bagian dari segmentasi sasaran universitas. Pada dasarnya, bukan hanya akreditasi yang mencerminkan kualitas perguruan tinggi. Pelayanan program studi dan fakultas, fasilitas di dalam kampus, kurikulum yang dimiliki, serta banyak hal lainnya juga mencerminkan hal itu. Karena citra serta kualitas dari perguruan tinggi pada akhirnya akan berpengaruh pada keputusan mahasiswa dalam mengambil keputusan memilih jurusan di suatu fakultas.

Syamsuddinnor (2013) menyimpulkan dalam penelitiannya, bahwa biaya kuliah menjadi aspek yang paling berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa di STIMI Banjarmasin. Selanjutnya diikuti dengan kualitas akademik yang berkenaan dengan proses pengajaran ataupun perkuliahan mahasiswa. Sedangkan secara visual kampus, aspek ini justru tidak berpengaruh sama sekali terhadap minat memilih mahasiswa pada jurusan yang dihadapinya.

Selanjutnya penelitian Musfiana, Zakaria, & Aina (2018), membahas tentang faktor yang memengaruhi mahasiswa dalam memilih Jurusan Ekonomi di Universitas Syiah Kuala. Dalam penelitiannya, Musfiana et al., (2018) menemukan alasan personal menjadi aspek utama yang menentukan preferensi mahasiswa dalam memilih jurusan. Faktor ini dinilai menjadi aspek yang lebih tinggi dibandingkan dengan dorongan dari orang tua. Selain itu, terdapat pula penelitian dari Faizal (2015) yang lebih diarahkan pada bagaimana pemilihan jurusan di STMIK El Rahma yang didukung dengan media Promethee yang digunakan.

Terkait dengan kurikulum yang dimiliki oleh sebuah perguruan tinggi misalnya, hal ini juga mengarah pada bagaimana sebaran mata kuliah yang diajarkan. Ahmad Efendi (2014) menjelaskan dalam penelitiannya mengenai adanya diversifikasi program studi pada Universitas Islam Negeri (UIN) Alaudin Makassar. Terkait hasil penelitiannya ini, dinyatakan bahwa

diversifikasi program studi yang dilakukan pada universitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berkuliah di UIN Alaudin Makassar.

Menilik pada uraian di atas, bagaimana mahasiswa memutuskan untuk memilih jurusan pada akhirnya dipengaruhi oleh aspek potensial atau tidaknya sebuah produk yang ditawarkan kampus dan jurusan. Kampus sebagai lembaga pendidikan dapat diibaratkan sebagai pemasar, yang mana perlu menentukan siapa segmentasi ataupun konsumen yang secara efektif dapat dicapai oleh pemasar. Selain itu, pemasar juga harus mampu mengembangkan produknya serta melakukan promosi yang optimal guna menarik perhatian konsumen calon mahasiswa (Umar, 2000). Konteks ini diperjelas dengan posisi konsumen (mahasiswa) yang akan cenderung memilih jurusan mana yang menurut mereka potensial.

Keputusan dalam memilih jurusan dalam sebuah perguruan tinggi juga dinyatakan dalam penelitian Zakiyatul Masriah. Penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara persepsi mahasiswa terhadap pemilihan jurusan dan konsep diri dengan kesesuaian minat mahasiswa dalam memilih jurusan Masriah, Malay, & Fitriani, 2018). Melalui penelitian ini, dinyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi mahasiswa terhadap kesesuaian minat memilih jurusan. Begitu pula dengan aspek konsep diri, aspek ini juga berhubungan secara signifikan terhadap kesesuaian dalam pemilihan jurusan.

Terkait dengan konsep diri di atas, bagaimana kecenderungan individu untuk memutuskan dalam memilih dan menentukan suatu hal, secara psikologis berkenaan dengan aspek efikasi diri. Santrock (Susantoputri, Kristina, & Gunawan, 2014) mengidentifikasikan efikasi diri sebagai kepercayaan seseorang terhadap kemampuannya dalam menguasai situasi guna menghasilkan suatu hal yang menguntungkan. Ini didukung oleh Bandura (1977; Kurniasari, Dariyo, & Idulfilastri, 2018) bahwa efikasi diri adalah kemampuan individu untuk mengontrol perilaku, sekaligus mediator utama antara perilaku dan perubahan perilaku. Selain itu, menurut Suharsono & Istiqomah (2014), efikasi diri memegang peran

utama dalam bagaimana seseorang mencapai tujuan, tugas, dan tantangan. Adapun menurut Wibowo (Susantoputri et al., 2014), efikasi diri turut melandasi bagaimana seorang individu memilih sebuah pilihan, termasuk bagaimana pilihan tersebut dikendalikan serta disesuaikan dengan situasi sehingga menghasilkan keyakinan individu terhadap keputusan pilihannya, termasuk dalam memilih jurusan dalam perkuliahan.

Melalui sejumlah penelitian terdahulu di atas, dapat dinyatakan bahwa penting untuk diketahui bagaimana keputusan memilih jurusan oleh para mahasiswa di sebuah perguruan tinggi. Lebih lanjut, melihat perkembangan dalam lingkup IAIN Surakarta sendiri, khususnya pada Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, ini dirasa menarik untuk diketahui mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan memilih jurusan oleh mahasiswa, khususnya pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menurut data akademik Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta, terdapat kecenderungan peningkatan jumlah peminat di setiap jurusan pada Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, termasuk jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Adapun data dapat digambarkan dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 1 Data Perkembangan Jumlah Mahasiswa di FUD
Tahun Akademik 2014/2015 s/d 2017/2018**

No	Jurusan	Jumlah Mhs Baru			
		2014	2015	2016	2017
1	Komunikasi dan Penyiaran (KPI)	57	104	152	160
2	Bimbingan dan Konseling Islam (BKI)	60	120	200	228
3	Ilmu Al Qur'an dan Tafsir (IAT)	35	80	87	90
4	Aqidah dan Fislafat Islam (AFI)	40	47	50	55

No	Jurusan	Jumlah Mhs Baru			
		2014	2015	2016	2017
6	Manajemen Dakwah (MD)	- *)	- *)	57	80
7	Akhlak dan Tasawuf (AT)	35	40	47	50
Jumlah		227	402	633	753

Data olah dari akademik

- *) Jurusan Baru

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan pada jumlah mahasiswa di setiap jurusan yang ada di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah. Khususnya pada Jurusan KPI, dari tahun ke tahun terdapat peningkatan jumlah mahasiswa, yaitu tahun 2014 sebanyak 57 mahasiswa. Selanjutnya, di tahun 2015 sebanyak 104, tahun 2016 sebanyak 152, dan tahun 2017 sebanyak 160 siswa, yang terbagi menjadi 4 kelas paralel. Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa terdapat peningkatan keputusan untuk menjadi mahasiswa di jurusan KPI setiap tahunnya.

Berdasarkan FGD pada riset pendahuluan yang dilakukan peneliti terhadap mahasiswa Semester 4 di Jurusan KPI FUD IAIN Surakarta bulan Maret 2018, dinyatakan bahwa keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan di KPI muncul karena beberapa faktor, di antaranya adalah karena dorongan orang tua, saudara atau teman ada yang kuliah di IAIN; SPP (biaya perkuliahan) yang murah; faktor tidak diterima di perguruan tinggi umum; keinginan menjadi wartawan; keinginan untuk cepat bekerja; faktor akreditasi jurusan; aktivitas kegiatan mahasiswa; kemudahan akses terhadap lokasi; serta adanya promosi yang dilakukan di media. Pada faktor dorongan saudara atau teman kuliah salah satunya, dapat dilihat dari tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kinerja dosen pada jurusan itu.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Sriyanto (2017) tentang kepuasan mahasiswa jurusan KPI terhadap kinerja dosen pada 176 mahasiswa KPI, diketahui bahwa hasil uji t menjelaskan tentang hubungan antara kinerja dosen dengan kepuasan mahasiswa

Jurusan KPI. Diperoleh data bahwa variabel strategi pembelajaran atas kinerja dosen dinyatakan paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan mahasiswa, yakni sebesar 6.786. Sedangkan variabel yang memiliki pengaruh paling kecil terhadap kepuasan mahasiswa adalah variabel materi perkuliahan (X_2) yakni sebesar - 0.920.

Hasil penelitian selanjutnya, dilakukan oleh Reina (2012) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa pada Universitas Bina Nusantara. Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor *pertama* yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa adalah reliabilitas pelayanan, dimana universitas selalu berupaya menjalankan operasional perkuliahan dengan baik melalui kehadiran dosen secara penuh dalam 1 semester. Hal ini disebabkan karena universitas sadar akan perannya sebagai fasilitator atas proses penyampaian ilmu dari dosen kepada mahasiswa.

Faktor *kedua*, para dosen diharapkan memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk bertanya pada setiap sesi perkuliahan agar tujuan dari proses belajar mengajar dapat tercapai dengan baik. Selanjutnya, faktor *ketiga* yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa adalah jaminan atas pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa. Faktor *keempat*, kepedulian universitas terhadap mahasiswa, salah satunya adalah melalui adanya kesempatan memperoleh beasiswa. Lalu, faktor *kelima* yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa adalah layanan dalam bentuk fasilitas fisik, seperti ruang kelas yang ber-AC sehingga memberikan kenyamanan bagi mahasiswa, ketersediaan bank dan ATM untuk memudahkan mahasiswa bertransaksi, perpustakaan yang lengkap, lahan parkir yang luas, *internet corner* sebagai sarana untuk membantu mahasiswa mengakses semua informasi, dan fasilitas penunjang lain, misalnya kantin, layanan fotokopi, dan koperasi.

Penelitian lain dilakukan pula oleh Sri Hastuti dan Juddy Prabowo (2011), dengan sampel sebanyak 289 responden pada Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi, menyimpulkan bahwa: 1) lingkungan eksternal yang terdiri dari kelompok acuan (teman dan keluarga) dan peran

(status) tidak signifikan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jurusan pada Unjani Cimahi; 2) lingkungan internal yang terdiri dari pencapaian sasaran, motif lain, persepsi (target dan situasi), serta pembelajaran (informasi dan sikap) berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jurusan pada Unjani Cimahi; 3) lingkungan eksternal dan lingkungan internal secara bersama-sama mempengaruhi pengambilan keputusan dalam memilih jurusan pada Unjani Cimahi.

Tinjauan pustaka selanjutnya yaitu hasil penelitian yang dilakukan oleh Martini (2013). Terkait penelitiannya, ditemukan hasil bahwa 50 responden atau sekitar 90,9% dengan pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan dan menggunakan angka probabilitas signifikansi <0.05 , menunjukkan bahwa aspek budaya, pribadi, dan psikologis tidak berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi, sedangkan aspek sosial berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi. Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa aspek budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi dengan pengaruh sebesar 57,1%.

Berdasarkan uraian latar belakang dan sejumlah penelitian terdahulu di atas, dinyatakan bahwa penting untuk diketahui lebih lanjut bagaimana pengambilan keputusan terhadap pemilihan Jurusan KPI dilakukan oleh para mahasiswa baru. Dalam hal ini, sedikit meminjam konsep teori pengambilan keputusan membeli menurut Kotler dan Keller (Suryani & Ginting, 2016) dijelaskan bahwa pada dasarnya keputusan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Faktor internal (personal) yang mempengaruhi keputusan meliputi faktor-faktor sumber daya konsumen, waktu, uang, dan perhatian. Selain itu, ada pula keterlibatan dan motivasi mahasiswa dalam kegiatan, aspek pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup, dan demografi. Sedangkan faktor eksternal mengacu pada sejumlah aspek budaya, kelas sosial, serta

pengaruh kelompok dan keluarga. Lebih lanjut, Kotler (2000) berpendapat bahwa pada dasarnya, faktor-faktor pengambilan keputusan dipengaruhi oleh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, serta faktor psikologis. Faktor lain yang turut mempengaruhi pengambilan keputusan ini juga mengarah pada faktor keluarga, individual, pekerjaan, situasi ekonomi, motivasi, persepsi, keyakinan, dan sikap serta minat.

Sejalan dengan faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan tersebut, mahasiswa baru dalam hal ini dianalogikan sebagai konsumen kampus yang turut dipengaruhi sekaligus berkenaan dengan bagaimana mereka berperilaku untuk memilih jurusan sebagai produk jasa yang diinginkan. Lebih jauh, mahasiswa merupakan konsumen yang berhak memilih produk jasa apa yang dikehendaki sesuai dengan minat serta sejumlah aspek yang mempengaruhinya, baik secara personal maupun situasional.

Pada dasarnya, Schiffman & Lesslie (2010) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan sehingga mampu memuaskan kebutuhan mereka. Ini didukung oleh pendapat Kotler & Armstrong (2003) yang menyatakan tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu barang, yakni: 1) faktor budaya, penentu keinginan dan perilaku yang mendasari yang terdiri dari kumpulan nilai, preferensi, dan perilaku yang menunjukkan preferensi produk dan merek yang berbeda dalam banyak hal; 2) faktor sosial, dapat berasal dari kelompok acuan, merupakan semua kelompok yang memengaruhi langsung (tatap muka) ataupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang, sedangkan yang berasal dari keluarga adalah organisasi pembelian yang paling penting dalam masyarakat, dan ia telah menjadi objek penelitian yang luas; 3) faktor pribadi, terdiri dari usia dan tahap siklus hidup konsumsi yang dibentuk oleh siklus hidup keluarga, dimana pemasar sering memilih kelompok berdasarkan siklus hidup sebagai pasar sasaran; 4) faktor psikologis yang

terdiri dari motivasi dan pengetahuan seorang konsumen berdasarkan pengalaman yang dimiliki.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi pengambilan keputusan mahasiswa baru dalam memilih Jurusan KPI pada Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta, Tahun Akademik 2017/2018. Lebih lanjut, tujuan penelitian ini adalah menggambarkan faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan mahasiswa baru dalam memilih Jurusan KPI, dengan analisis terkait indikator terbesar dan terkecil yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam pemilihan Jurusan KPI.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan metode penelitian deskriptif kuantitatif dan populasi seluruh mahasiswa baru di Jurusan KPI FUD IAIN Surakarta Tahun Akademik 2017/2018 sejumlah 160 mahasiswa. Sedangkan jenis *sampling* yang digunakan adalah *sampling jenuh* (*total population sampling*) (Etikan, Musa, & Alkassim, 2016), dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2011). Selanjutnya untuk data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan angket tertutup.

Terkait dengan variabel (Slamet, 2006) yang digunakan, adapun variabel bebas atau independen (X) dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan mahasiswa dan variabel terikat dependent (Y) adalah pengambilan keputusan atas pemilihan jurusan. Sebelum dilakukan analisis data, akan dilakukan Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Homogenitas, Normalitas, dan Linieritas. Analisis Regresi Berganda, yaitu:

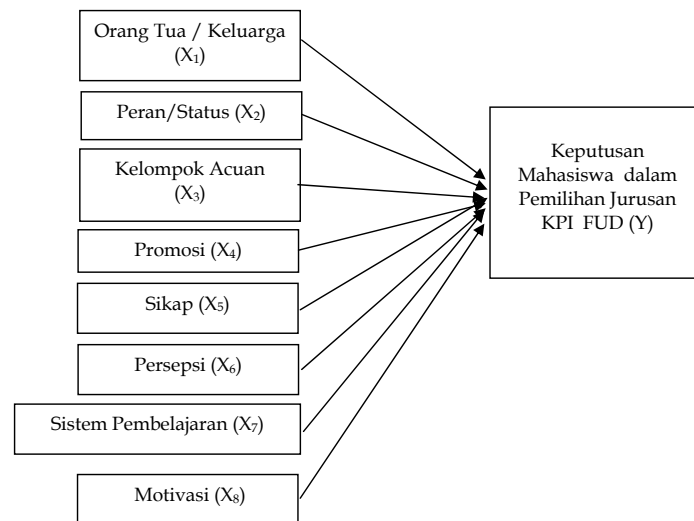
$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_1$$

Keterangan :

- Y : pengambilan keputusan mahasiswa baru di Jurusan KPI
FUD IAIN Surakarta
- β_0 : Intersep/Konstanta;
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi untuk X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 ;
- X_1 : Variabel Orang tua (keluarga)
- X_2 : Variabel Peran/Status
- X_3 : Variabel Kelompok Acuan
- X_4 : Variabel Promosi
- X_5 : Variabel Persepsi
- X_6 : Variable Sistem Pembelajaran
- X_7 : Variabel Sikap;
- X_8 : Variabel Motivasi.

Lebih lanjut, penelitian ini didukung dengan kerangka teori untuk mempermudah arah dan fokus dalam penelitian. Dinyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan Jurusan KPI Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta (Y), meliputi faktor keluarga, peran ataupun status, kelompok acuan, promosi, sikap, pembelajaran, persepsi, dan motivasi, dimana secara parsial maupun bersama-sama berpengaruh terhadap pemilihan jurusan. Dari penelitian ini diharapkan lebih lanjut dapat digunakan sebagai acuan atas sejumlah faktor utama atau faktor dominan yang mempengaruhi mahasiswa memilih Jurusan KPI di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah sehingga pihak jurusan maupun fakultas dapat melakukan tindakan atau kebijakan dalam melayani mahasiswa untuk menuju kepuasan mahasiswa.

Adapun kerangka berpikir yang digunakan lebih jelas adalah sebagai berikut:



**Gambar 1 Kerangka Berpikir
Faktor Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Jurusan (X)**

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perguruan tinggi merupakan pemasaran jasa dalam bidang pendidikan, tidak berwujud barang, tidak mengenal persediaan nyata, seperti pendapat Griffin (dalam Lupiyoadi, 2001), yang menyebutkan bahwa karakteristik jasa adalah meliputi sejumlah hal. *Pertama*, tidak berwujud (*intangibility*), jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tidak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau rasa aman. *Kedua*, *unstorability*, dimana jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang dihasilkan. Karakteristik ini juga tidak dapat dipisahkan (*unseparability*), mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi pada saat bersamaan. *Ketiga*, *customization*, yang menyebutkan bahwa jasa juga sering kali didesain khusus untuk kebutuhan pelanggan.

Adanya desain khusus pada Jurusan KPI dapat dilihat melalui implementasi kurikulum yang dilaksanakan. Berdasarkan data pada penelitian sebelumnya, sebelum tahun 2015, Jurusan KPI turut berupaya mengembangkan kurikulumnya dengan mencetak lulusan yang berbasis profesi sehingga dalam penyusunan kurikulumnya, Jurusan KPI

mengadaptasi adanya kurikulum yang berdasar pada *specific skill* yang mencakup *academic skill* serta *vocational skill* (Abas, 2017). Lebih jauh, kurikulum KPI dinyatakan harus seimbang antara keterampilan akademik dengan keterampilan kejuruan atau kemahiran sehingga muncul sejumlah aspek penyusun dalam pengembangan kurikulum KPI, khususnya pada mata kuliah Mata Kuliah Pengembang Kepribadian (MPK); Mata Kuliah Keilmuan dan Keterampilan (MKK); Mata Kuliah Keahlian Berkarya (MKB); Mata Kuliah Perilaku Berkarya (MPB); dan Mata Kuliah Berkehidupan Bermasyarakat (MBB) (Abas, 2017).

Mendukung data di atas, adanya penyesuaian pada kurikulum yang disusun pada Jurusan KPI secara operasional dapat dilihat melalui banyaknya kebutuhan media—sebagai pasar jurusan dan lulusan—yang cukup membawa konsekuensi logis, terutama terkait dengan bagaimana kebutuhan atas ketersediaan sumber daya lulusan yang diperlukan. Dalam konteks ini, penting untuk dihasilkan lulusan kampus yang memadai, baik secara pengetahuan maupun dalam *skill* yang dimiliki, sebut saja pada daya tarik salah satu konsentrasi jurusan KPI, yakni Jurnalistik. Hal ini relevan dengan tulisan Rulli Nasrullah dan Agus Sriyanto (2013) mengenai keselarasan kurikulum Jurnalistik terhadap kompetensi wartawan di beberapa PTAI. Dalam kaitannya dengan ketersediaan wartawan (Nasrullah & Sriyanto, 2013) sebagai bidang kerja komunikasi dan KPI, tentu dirasa perlu mengenai adanya dasar pemikiran terhadap pentingnya kebijakan dalam merumuskan arah konsentrasi lulusan agar sesuai dengan keahlian yang diperlukan pasar.

Selain Jurnalistik, terdapat pula konsentrasi lain, seperti *Broadcasting* dan *Public Relations*. Istilah *Broadcasting* dimaknai sebagai kegiatan pemancaran siaran dengan menggunakan spektrum frekuensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik, merambat melalui udara, kabel, maupun media lainnya, yang dapat diterima secara serentak oleh masyarakat melalui perangkat penerima siaran (Morissan dalam Hidayat, 2015). Namun demikian, *broadcasting* dalam konteks bidang ini

secara sederhana lebih difokuskan pada praktik kepenyiaran, baik melalui radio, televisi, maupun media massa elektronik lainnya, yang mana merujuk pada profesi di dalam dunia media massa elektronik.

Selanjutnya adalah *Public Relation* (Laksamana, 2018; Nova, 2014), konsentrasi ini mengarah pada profesi yang berkaitan dengan fungsi komunikasi sekaligus manajemen dalam sebuah perusahaan. Dasar kerja seorang PR adalah komunikasi, termasuk pula bagaimana kemampuan *public speaking*, manajemen krisis, serta menulis. Kemampuan menulis misalnya, hal ini dijelaskan Pearson (dalam Kriyantono, 2012) sebagai aktivitas yang berelasi dengan tujuan organisasi sehingga dirasa penting untuk dimiliki oleh seorang mahasiswa jurusan KPI, khususnya bagi mereka yang mengambil konsentrasi PR.

Lebih lanjut, berkenaan dengan proses pemasaran sebuah produk atau jasa, Rangkuti (dalam Puspaningtyas 2011) menyatakan bahwa pemasaran jasa pada dasarnya tidak sama dengan pemasaran produk. Pemasaran jasa lebih bersifat *intangibile* dan *inmaterial* karena produknya tidak kasat mata dan tidak dapat diraba dari satu pihak ke pihak lainnya. Pemasaran jasa dalam hal ini diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan sehingga terjadi interaksi antara pemberi jasa dengan penerima jasa, yang mana mampu menjadikan proses interaksi yang ada dapat memengaruhi hasil jasa yang diciptakan. Hal inilah yang juga terjadi pada sebuah instansi pendidikan tinggi, ketika mereka memberikan pelayanan jasa kepada mahasiswa sebagai bagian dari segmentasi mereka.

Tjiptono (1998) menyatakan “stimulus mempengaruhi kebutuhan seseorang untuk membeli produk dan jasa tertentu”. Kebutuhan untuk membeli produk atau jasa tersebut dipengaruhi oleh *shortages* (kebutuhan yang timbul karena ketidakpuasan pelanggan terhadap produk dan jasa saat ini). Selanjutnya, Mowen & Minor (2002) menyatakan bahwa “tingkat keterlibatan konsumen dalam suatu pembelian dipengaruhi oleh kepentingan personal yang dirasakan dan ditimbulkan oleh stimulus, produk, harga, promosi, serta lokasi.

Terkait dengan keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan KPI di FUD IAIN Surakarta, hal ini juga dipengaruhi beberapa stimulus dan juga kebutuhan akan pendidikan untuk kebaikan masa depan mereka. Memang banyak perguruan tinggi yang merupakan pesaing juga menawarkan hal-hal yang hampir sama atau mungkin sama dengan apa yang ditawarkan oleh Jurusan KPI FUD IAIN Surakarta. Namun demikian, ada beberapa alasan ataupun faktor-faktor yang mempengaruhi mengapa mahasiswa memutuskan untuk memilih jurusan KPI FUD IAIN Surakarta.

Mahasiswa akan melihat faktor-faktor yang menguntungkan, sekaligus juga faktor-faktor yang dapat merugikan jika mereka memilih perguruan tinggi tertentu untuk tempat belajar. Pemahaman pengambilan keputusan mahasiswa sangat penting bagi suatu perguruan tinggi, karena berhasil tidaknya perguruan tinggi menarik mahasiswa tergantung faktor-faktor apa yang mendorong serta memunculkan keinginan mahasiswa untuk memilih perguruan tinggi tersebut. Adapun faktor-faktor yang dianggap menjadi daya tarik mahasiswa untuk melanjutkan studi di Jurusan KPI dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni: keluarga; peran atau status; kelompok acuan; promosi; sikap; pembelajaran; persepsi; dan motivasi.

Sebagai bagian dari penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan cara menyebar angket kepada 30 mahasiswa di jurusan KPI. Angket pertanyaan terdiri dari 3 bagian, bagian *pertama* adalah identitas responden sejumlah 8 pertanyaan, bagian *kedua* pertanyaan sebagai variabel X, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa memilih Jurusan KPI FUD IAIN Surakarta Tahun Akademik 2017/2018 sejumlah 24 pertanyaan, bagian *ketiga* berupa pertanyaan tentang keputusan mahasiswa memilih Jurusan KPI sebagai variabel Y sejumlah 16 pertanyaan.

A. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Melalui tabel nilai r_{tabel} besar r_{hitung} dengan taraf signifikansi 0,01 adalah sebesar 0,4629, hasil r_{hitung} atau nilai dari *corrected Item-Total correlations* > dari r_{tabel} sehingga semua variabel X maupun Y dinyatakan valid.

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} , nilai *Cronbach's Alpha* > dari r_{tabel} . Jadi, semua variabel X maupun Y dinyatakan *reliable*.

C. Uji Homogenitas

Berdasarkan hasil uji homogenitas melalui *software* SPSS (*Statistical Package For Social Science*), maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Perhitungan Uji Homogenitas

<i>Test of Homogeneity of Variances</i>			
Total_Y			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.259	29	125	.193

Sumber : Hasil olah data primer, 2018

Nilai signifikansi uji homogenitas adalah sebesar 0,193. Sedangkan data sebaran kuesioner bervariasi homogen karena nilai signifikansi 0,193 > taraf signifikan sebesar 0,05.

D. Uji normalitas

Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov karena menggunakan responden sejumlah 158 hasilnya p/sig – nya. Data akan memiliki distribusi normal jika $p \geq 0,05$. Hasil uji normalitas atas variabel X sebesar 0.071 dan variabel Y sebesar 0.051 berarti $p \geq 0,05$ sehingga hasil dari data ini berdistribusi normal.

E. Uji Hipotesis Pertama

Uji F

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Variabel X (Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa) yang meliputi *Orang Tua* (X_1), *Peran* (X_2), *Kelompok Acuan* (X_3), *Promosi* (X_4), *Sikap* (X_5), dan *Persepsi* (X_6), secara simultan atau signifikan memiliki hubungan terhadap Variabel Y (Keputusan Memilih Jurusan KPI), yaitu dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan taraf signifikan 5% atau (0.05). Berikut ini

adalah hasil perhitungan uji F dengan menggunakan IBM SPSS versi 23 :

Tabel 3. Anova^a

Model	<i>Sum of Squares</i>	df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.	
1	<i>Regression</i>	541.279	8	67.660	3.562	.001 ^b
	<i>Residual</i>	2830.316	149	18.995		
	Total	3371.595	157			

a. *Dependent Variable:* Tota_Var_Y

b. *Predictors:* (*Constant*), Total_Var_X, Motivasi_Jml_x8, Promosi_Jml_x4, Peran_Jml_x2, Sikap_Jml_x5, Persepsi_Jml_x7, Keluarga_Jml_x1, Kel_Acuan_Jml_x3

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan hasil uji tabel Anova di atas, dapat diketahui nilai $F_{hitung} 3.562 > F_{tabel} 2.07$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Variabel X yang meliputi orang tua (keluarga) (X_1), peran (X_2), kelompok acuan (X_3), promosi (X_4), sikap (X_5), dan persepsi (X_7) secara simultan atau signifikan memiliki hubungan terhadap Variabel Y.

Variabel sistem pembelajaran (X_6) dikeluarkan atau di *removed*. Hal ini dikarenakan variabel tersebut tidak memenuhi kriteria prediktor yang tidak signifikan dengan pilihan *Enter* pada *Method* di SPSS sehingga otomatis variabel yang tidak memenuhi kriteria terhapus dengan sendirinya.

F. Uji Hipotesis Kedua

Uji T

Dengan n sebesar 158 nilai T_{tabel} yang diperoleh adalah 1.984. Berikut ini adalah hasil perhitungan uji T dengan menggunakan IBM SPSS versi 23:

Tabel 4. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	55.563	4.162	13.350	.000	
	Keluarga_Jml_x1	-.376	.372	-.139	-1.011	.314
	Peran_Jml_x2	.619	.337	.223	1.837	.068
	Kel_Acuan_Jml_x3	.317	.404	.121	.785	.433
	Promosi_Jml_x4	1.095	.370	.315	2.956	.004
	Sikap_Jml_x5	.096	.349	.035	.274	.784
	Persepsi_Jml_x7	-.164	.329	-.069	-.497	.620
	Motivasi_Jml_x8	.770	.336	.250	2.293	.023
	Total_Var_X	-.295	.220	-.506	-1.340	.182

a. Dependent Variable: Tota_Var_Y

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y' = 55.563 + (-1.011)X_1 + 1.837X_2 + 0.785X_3 + 2.956X_4 + 0.274X_5 + (-0.497)X_7 + 2.293X_8$$

Berdasarkan tabel di atas, jika nilai $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$ (1.984), maka H_0 diterima dan H_a ditolak atau secara parsial, variabel tersebut tidak memiliki hubungan terhadap keputusan memilih mahasiswa.

- Analisis terhadap variabel orang tua (keluarga) (X_1)

Berdasarkan uji T diatas nilai t_{tabel} pada variabel orang tua (keluarga) (X_1) menunjukkan angka 1.984, sedangkan nilai t_{hitung} menunjukkan angka (-1.011) sehingga nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel disiplin dosen (X_1) secara parsial tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa (Y).

- Analisis terhadap variabel peran (X_2)

Berdasarkan uji T diatas nilai t_{tabel} pada variabel peran (X_2) menunjukkan angka 1.984, sedangkan nilai t_{hitung} menunjukkan angka 1.837 sehingga nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel peran (X_2) secara parsial tidak memiliki

hubungan yang signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa (Y).

- Analisis terhadap variabel kelompok acuan (X_3)

Berdasarkan uji T diatas nilai t_{tabel} pada variabel kelompok acuan (X_3) menunjukkan angka 1.984, sedangkan nilai t_{hitung} menunjukkan angka 0.786 sehingga nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 terima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kelompok acuan (X_3) secara parsial tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa (Y).

- Analisis terhadap variabel promosi (X_4)

Berdasarkan uji T diatas nilai t_{tabel} pada variabel promosi (X_4) menunjukkan angka 1.984, sedangkan nilai t_{hitung} menunjukkan angka 2.956 sehingga nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel prakarsa (X_4) secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa (Y), atau keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan di KPI IAIN Surakarta dipengaruhi oleh promosi yang dilakukan IAIN Surakarta.

- Analisis terhadap variabel sikap (X_5)

Berdasarkan uji T diatas nilai t_{tabel} pada variabel kelompok acuan (X_5) menunjukkan angka 1.984, sedangkan nilai t_{hitung} menunjukkan angka 0.274, sehingga nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 terima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sikap (X_5) secara parsial tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa (Y).

- Analisis terhadap variabel persepsi (X_7)

Berdasarkan uji T diatas nilai t_{tabel} pada variabel persepsi (X_7) menunjukkan angka 1.984, sedangkan nilai t_{hitung} menunjukkan angka (-0.497) sehingga nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 terima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi (X_7) (X_3) secara parsial tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap Keputusan Memilih Mahasiswa (Y).

- Analisis terhadap variabel Motivasi (X_8)

Berdasarkan uji T diatas nilai t_{tabel} pada variabel Persepsi (X_7) menunjukkan angka 1.984, sedangkan nilai t_{hitung} menunjukkan angka

2.293, sehingga nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a terima dan H_o ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel motivasi (X_8) secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa (Y).

Lebih lanjut, uraian analisis di atas didukung dengan pencarian data langsung melalui wawancara dengan sejumlah mahasiswa KPI Semester 2. Wawancara dilakukan dengan beberapa mahasiswa, Taufan Rahsobudi, Najib Nur Ihsan, Septiana Wahyu Hidayati, yang mana mereka berpendapat bahwa mereka memilih jurusan KPI karena melihat kegiatan-kegiatan di *website* resmi IAIN Surakarta, iklan, serta baliho-baliho yang dipasang di jalan-jalan besar di sekitar Kota Surakarta.

Salah satu informan, Najib, mengaku tertarik memilih IAIN Surakarta ketika mendapat brosur selebaran tentang IAIN Surakarta saat di sekolah SMA. Awalnya, ia telah membandingkan IAIN Surakarta dengan perguruan tinggi negeri lainya. Namun demikian, yang menjadi keinginan serta motivasi untuk jurusan yang dicari adalah Jurusan Ilmu Komunikasi. Sedangkan di IAIN Surakarta, yang tersedia adalah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI). Keinginan untuk menjadi pewarta berita sudah menginspirasi Najib untuk masuk menjadi mahasiswa jurusan KPI.

“saya masuk ke KPI karena ingin menjadi wartawan, di KPI menurut brosur, lulusan KPI bisa bekerja di media, maka saya pilih jurusan KPI. Tetapi sebelumnya saya sudah mencari jurusan komunikasi di universitas lain. Di KPI ada unsur Islaminya beda dengan yang lain dan juga negeri... (wawancara dengan Najib, Kamis 24 Mei 2018 pukul 13.05)

Keinginan Septiana untuk masuk menjadi mahasiswa KPI dikarenakan ingin menjadi seorang Humas. Menurutnya, motivasinya untuk masuk ke Jurusan KPI adalah karena di jurusan tersebut tersedia bidang konsentrasi Humas (PR), selain juga terdapat konsentrasi Jurnalistik dan *Broadcasting*.

“saya tahu IAIN Surakarta dari website, saya ingin jadi seorang humas di pemerintah atau perusahaan. KPI kan dibagi 3 konsentrasi, nanti semester 4 saya akan memilih konsentrasi Humas... itu motivasi saya... (wawancara dengan Septiana, Kamis 24 Mei 2018 pukul 13.15)

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan di atas, maka dapat diperoleh bahwa variabel promosi (X_4) dan variabel motivasi (X_8) dinyatakan sebagai variabel yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan di perguruan tinggi. Variabel promosi (X_4) memiliki tingkat koefisien regresi yang paling tinggi, yakni t_{hitung} sebesar 2.956 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1.984. Menyusul selanjutnya, variabel motivasi (X_8), memiliki tingkat koefisien regresi 2.293 dari nilai t_{tabel} 1.984.

Terkait dengan variabel yang secara signifikan tidak atau kurang memiliki pengaruh terhadap keputusan memilih mahasiswa (Y), variabel yang dimaksud adalah *pertama*, variabel orang tua (keluarga) (X_1) sebesar (-1.011); *kedua*, variabel persepsi (X_7) sebesar (-0.497); *ketiga*, variabel sikap (X_5) sebesar 0.274; *keempat*, kelompok acuan (X_3) sebesar 0.785; dan *kelima* adalah peran (X_2) sebesar 1.837.

Selanjutnya, saran yang dapat diberikan adalah terkait upaya pemasaran dan promosi jurusan agar lebih dioptimalkan. Hal ini berkenaan dengan peningkatan citra atau gambaran mengenai IAIN Surakarta, khususnya Jurusan KPI. Selain itu, dari segi pelayanan, diharapkan mahasiswa dapat menerima layanan pengajaran yang maksimal, baik secara teori maupun praktik sehingga mampu meningkatkan reputasi kampus sebagai salah satu instansi pendidikan tinggi yang diperhitungkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abas, Z. (2017). Pengembangan Kompetensi Profesi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 2(1), 87–110. <https://doi.org/10.22515/balagh.v2i1.628>
- Ary, M. (2015). Menentukan Prioritas Pilihan Mahasiswa dalam Memilih Kampus Menggunakan Analisis Conjoint. *Jurnal Informatika (JI) UBSI*, II(2), 376–384. <https://doi.org/10.31311/ji.v2i2.113>

- Bandura, A. (1977). Self-Efficacy: Toward A Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84, 191–215.
- Efendi, A. (2014). Pengaruh Diversifikasi Program Studi terhadap Minat Kuliah Mahasiswa pada Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal Al Hikmah*, XV(2), 214–231.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/doi:10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Faizal, E. (2015). Analisis Pemilihan Jurusan Favorit Menggunakan Metode Promethee (Studi Kasus pada STMIK El Rahma Yogyakarta). *Jurnal Teknologi dan Ilmu Komputer*, 13(Sistem Pendukung Keputusan), 26–39.
- Hastuti, S., & Prabowo, J. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Mahasiswa Baru Program S1 dalam Memilih Jurusan pada Universitas Jenderal Achmad Yani Cimahi. *Jurnal Portofolio*, 8(1), 61–78.
- Hidayat, R. (2015). Analisis Manajemen Penyiaran di Era Teknologi Informasi (Konvergensi Media). *Jurnal Konvergensi*, 1(1).
- Kotler, P. (2000). *Marketing*. (H. Purwoko, Ed.) (1st ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran*. (A. Sindoro, Ed.) (9th ed.). Jakarta: PT Indeks.
- Kriyantono, R. (2012). *Public Relations Writing (Teknik Produksi, Media, Public Relations, dan Publisitas Korporat)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- Kurniasari, R. I., Dariyo, A., & Idulfilastri, R. M. (2018). Hubungan antara Self-Efficacy dengan Pengambilan Keputusan Karier pada Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas Psikologi. *Journal An-Nafs: Kajian Penelitian Psikologi*, 3(1), 1–19. <https://doi.org/10.33367/psi.v3i1.497>
- Laksamana, A. (2018). *Public Relations In The Age of Disruption*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Martini. (2013). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Jurusan Akuntansi Sebagai Tempat Kuliah di Perguruan Tinggi.
- Masriah, Z., Malay, M. N., & Fitriani, A. (2018). Persepsi Mahasiswa terhadap Jurusan Perguruan Tinggi dan Konsep Diri dengan

- Kesesuaian Minat Memilih. *Anfusina: Journal of Psychology*, 1(1), 61–76. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24042/ajp.v1i1.3639>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Musfiana;, Zakaria;, & Aina, N. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa dalam Memilih FKIP Ekonomi di Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Serambi Bisnis dan Ekonomi*, 5(1), 19–30.
- Nasrullah, R., & Sriyanto, A. (2013). Menggagas Kurikulum Jurnalistik di PTAI, Penyelerasan terhadap Kompetensi Wartawan. *Jurnal Naadya: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 9(1), 1–13.
- Nova, F. (2014). *PR War: Pertarungan Mengalahkan Krisis, Menaklukkan Media dan Memenangi Simpati Publik*. (T. T. Indijaningsih & A. Noverina, Eds.). Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Puspaningtyas, M. (2011). Analisis Strategi Pemasaran Jasa. *Jurnal Dinamika Dotcom*, 2(1), 57–75.
- Risnawati, E., & Irwandi, S. A. (2012). Analisis Faktor atas Pengambilan Keputusan Mahasiswa. *The Indonesian Accounting Review*, 2(1), 63–72. <https://doi.org/10.14414/tiar.v2i01.318>
- Schiffman, L. G., & Lesslie, L. K. (2010). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice – Hall Inc.
- Slamet, Y. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Surakarta: UNS Press.
- Sriyanto, A. (2017). *Hubungan antara Kinerja Dosen dengan Kepuasan Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta*. Surakarta: IAIN Surakarta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Administrasi: Dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsono, Y., & Istiqomah. (2014). Validitas dan Reliabilitas Skala Self-Efficacy. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 2(1), 144–151. <https://doi.org/10.22219/jipt.v2i1.1776>
- Suryani, W., & Ginting, P. (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Al Munawaroh Medan. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 9(1), 33. <https://doi.org/10.21067/jem.v9i1.196>
- Susantoputri, Kristina, M., & Gunawan, W. (2014). Hubungan antara Efikasi Diri Karier dengan Kematangan Karier pada Remaja di Daerah Kota Tangerang. *Jurnal Psikologi*, 10(1), 67–73. <https://doi.org/10.24014/jp.v10i1.1180>

- Syamsuddinnor. (2013). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Kuliah Mahasiswa Strata 1 (S1) pada STIMI Banjarmasin. *Socioscienta Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 5(2), 323–328.
- Tjiptono, F. (1998). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (2000). *Riset Pemasaran Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.