



**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA MEMILIH STAHN GDE
PUDJA MATARAM**

Oleh

I Made Ngurah Oka Mahardika
Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram
Email: mahardikaind@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih STAHN Gde Pudja Mataram untuk berkuliah. Menggunakan metode pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih STAHN Gde Pudja Mataram adalah minat, citra kampus, dan unit kegiatan mahasiswa.

Kata Kunci: Faktor, Pengambilan Keputusan & Mahasiswa

PENDAHUALUAN

Peran pendidikan dalam konteks pembangunan memiliki peran yang sangat strategis. Pendidikan tingkat dasar, menengah dan atas, serta pendidikan tinggi memiliki peran yang sangat penting dan krusial. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 20 ayat 2 menyatakan bahwa perguruan tinggi berkewajiban melaksanakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Makna pendidikan dan pengajaran adalah mahasiswa menyampaikan dan meneruskan ilmu yang diperoleh di perguruan tinggi. Selanjutnya, penelitian dan pengembangan merupakan ranah yang dilakukan dalam rangka meningkatkan dan pengembangan ilmu pengetahuan melalui *research*. Sedangkan, pengabdian kepada masyarakat adalah pengimplementasian ilmu dan hasil penelitian kepada masyarakat.

Perguruan tinggi Keagamaan Hindu (PTKH) juga memiliki peran krusial dalam pembangunan melalui pendidikan. PTKH berperan sebagai institusi yang memiliki tanggung jawab dalam menjaga saing bangsa. Daya saing bangsa dapat dibangun dengan dukungan perguruan tinggi yang berkualitas. Lembaga pendidikan tinggi berbasis Agama Hindu mencetak sumber daya manusia berkualitas yang mampu membantu membangun dirinya sendiri dan lingkungan dalam kompetensi

ekonomi global (Satriawan, Hanif, and Harahap 2015).

Sekolah Tinggi Agama Hindu (STAHN) Gde Pudja Mataram merupakan Perguruan Tinggi Keagamaan Hindu satu-satunya di Kota Mataram. STAHN Gde Pudja Mataram didirikan berdasarkan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Statuta Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram, maka STAHN dapat melaksanakan kegiatan operasional perguruan tinggi berdasar peraturan dimaksud. Selanjutnya, sebagai perguruan tinggi STAHN Gde Pudja wajib melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi yakni mengajar, penelitian dan pengabdian masyarakat yang dibebankan kepada dosen, pegawai dan mahasiswa dalam koridor pembangunan.

Sampai saat ini, STAHN Gde Pudja Mataram mengelola 4 jurusan untuk setara Sarjana Satu (S1) yaitu Jurusan Dharma Acarya, Brahma Widya, Dharma Duta, Dharma Sastra dan memiliki dua Program Pasca Sarjana, yaitu Ilmu Komunikasi Hindu dan Pendidikan Agama Hindu. STAHN Gde Pudja Mataram selalu berusaha untuk mendapat tempat dihati masyarakat, khususnya masyarakat Hindu sebagai perguruan tinggi berbasis budaya Hindu yang unggul dan berdaya saing. Masyarakat Hindu beranggapan bahwa lulusan STAHN Gde Pudja Mataram mudah dalam memperoleh



pekerjaan mengingat lulusan memperoleh pendidikan secara umum dengan nilai tambah bercirikan nuansa Hindu.

Sebagai lembaga pendidikan dengan nuansa Hindu, dapat mencetak lulusan yang berkualitas akan berdampak pada minat masyarakat untuk memilih STAHN Gde Pudja Mataram. Selanjutnya, lembaga pendidikan wajib melakukan perbaikan kurikulum, memanfaatkan teknologi informasi sebagai media pembelajaran, peningkatan kualitas tenaga pendidik dan tenaga kependidikan, melengkapi sarana dan prasarana penunjang pendidikan dan memperluas kerjasama dan *networking* dengan lembaga pemerintahan dan industry.

Dengan reputasi lembaga yang baik, maka minat calon mahasiswa menjadi motivasi dalam menentukan keputusan pemilihan jenjang perguruan tinggi. Berbagai pertimbangan telah dilalui dalam menentukan masa depannya. Kekhawatiran menganggur setelah lulus menyebabkan calon mahasiswa berfikir untuk memperoleh perguruan tinggi yang berkualitas dan bereputasi baik.

Berbagai faktor mempengaruhi calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Menurut (Puspitasari and Patrikha 2018) menyatakan bahwa universitas memahami faktor-faktor yang menarik siswa dalam pemilihan universitas. Kelompok referensi, keluarga, motivasi, lokasi, harga/biaya, dan citra lembaga merupakan suatu pertimbangan calon mahasiswa dalam menentukan perguruan tinggi yang diminati. Menurut (Kotler 2000) Proses pengambilan keputusan diawali dengan adanya kebutuhan. Kebutuhan merupakan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dengan situasi aktual yang memadai untuk menggugah dan mengaktifkan proses keputusan. Setelah dilakukan pengenalan masalah, proses selanjutnya yang dilakukan adalah pencarian informasi. Sumber informasi konsumen terdiri dari sumber pribadi, sumber komersial, sumber umum dan sumber pengalaman.

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk meneliti faktor-faktor pengambilan keputusan pemilihan perguruan tinggi. (Ruhayat 2013)

Vol.14 No.8 Maret 2020

meneliti tentang analisis faktor yang menjadi penentu mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor produk, faktor harga, faktor bukti fisik, faktor orang-orang, faktor kelompok referensi, faktor motivasi, dan faktor pribadi sebagai penentu mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Adapun faktor bukti fisik dan faktor produk menjadi faktor dominan penentu yang dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih kuliah di Universitas Pamulang.

Adapun data mahasiswa aktif STAHN Gde Pudja Mataram berjumlah total di semester gasal 2019/2020 adalah 597 mahasiswa. Jumlah tersebut tergolong kecil. STAHN Gde Pudja Mataram wajib berbenah dalam rangka meningkatkan kuantitas mahasiswa. STAHN Gde Pudja Mataram harus segera menerapkan strategi dan taktik untuk mengembangkan kualitas tenaga pendidik dan tenaga kependidikan agar calon mahasiswa tergugah memilih melanjutkan pendidikan di STAHN Gde Pudja Mataram. Jumlah mahasiswa aktif STAHN Gde Pudja Mataram dapat dilihat pada Tabel 1 seperti berikut:

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Aktif STAHN Gde Pudja Mataram Semester Gasal 2019/2020

| No | Prodi | Jumlah Mahasiswa |
|----|---|------------------|
| 1 | S1 Ekonomi Hindu | 175 |
| 2 | S1 Filsafat Agama Hindu | 18 |
| 3 | S1 Hukum Agama Hindu | 110 |
| 4 | S1 Pendidikan Agama Hindu | 59 |
| 5 | S1 Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini | 39 |
| 6 | S1 Pendidikan Seni dan Budaya Keagamaan Hindu | 21 |
| 7 | S1 Penerangan Agama Hindu | 53 |



| | | |
|--------|---------------------------|-----|
| 8 | S2 Ilmu Komunikasi Hindu | 38 |
| 9 | S2 Pendidikan Agama Hindu | 76 |
| Jumlah | | 597 |

Sumber: Akademik STAHN Gde Pudja Mataram

Berdasarkan dari fenomena dan permasalahan diatas, penulis terdorong untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa memilih Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri (STAHN) Gde Pudja Mataram. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri (STAHN) Gde Pudja Mataram.

LANDASAN TEORI

Perilaku Konsumen

Menurut (Subianto 2007) kebutuhan dan keinginan mahasiswa sangat bervariasi dan terus berubah. Keinginan dan perubahan tersebut disebabkan karena adanya banyak faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam menentukan keputusan pemilihan perguruan tinggi. Perilaku mahasiswa yang teramati merupakan salah satu tahap dari proses pembuatan/pengambilan keputusan (*Consumer Decision Making*). Proses pengambilan keputusan tersebut meliputi serangkaian kegiatan mulai dari identifikasi kebutuhan, pencarian alternatif, evaluasi alternatif, penentuan keputusan dan evaluasi perilaku purna penentuan keputusan.

Pengertian perilaku konsumen menurut para ahli merupakan tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam proses pengambilan keputusan. (Schiffman dan Kanuk 2008) mengemukakan bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Sedangkan, menurut (Kotler dan Keller 2008) menyatakan bahwa Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems

untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Berdasarkan pemaparan para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan tindakan yang dilakukan konsumen dalam proses pengambilan keputusan. Tindakan yang dimaksud dapat diperoleh dari faktor pribadi maupun dari pengalaman orang lain.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

Perilaku setiap konsumen sangat dipengaruhi oleh kondisi dan situasi lingkungan masyarakat dimana ia dilahirkan dan berkembang. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut (Kotler 2008) terdiri dari:

- Faktor Kebudayaan. Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor kebudayaan terdiri dari: budaya, subbudaya, kelas sosial,
- Faktor Sosial. Selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta status sosial.
- Faktor Pribadi. Faktor pribadi yang memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumen terdiri dari: usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
- Faktor Psikologis. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian.

Proses Pengambilan Keputusan

Menurut (Suryani and Ginting 2013) proses pengambilan keputusan dipengaruhi oleh faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah seperti berikut : 1). motivasi, 2). kepribadian, 3). pembelanjaan, 4). sikap, 5). persepsi konsumen. Sedangkan, faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen meliputi : 1) kebudayaan (*culture*) dan kebudayaan khusus (*subculture*), 2) kelas sosial (*social class*), 3) kelompok-kelompok social

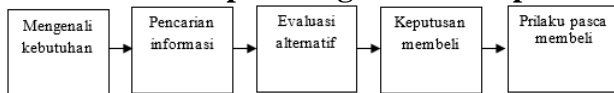


(*social group*), kelompok referensi (*referensi group*), dan 4) keluarga (*family*)”.

Menurut (Faroh 2017) pengambilan keputusan adalah suatu kegiatan penentuan atau pemilihan sejumlah barang dan jasa, yang dipilih berdasarkan informasi yang didapat tentang produk, dan segera disaat kebutuhan dan keinginan muncul, dan kegiatan ini menjadi informasi untuk penentuan pengambilan keputusan selanjutnya.

Menurut (Kotler 2000), proses pengambilan keputusan dapat digambarkan dalam bagan dibawah ini:

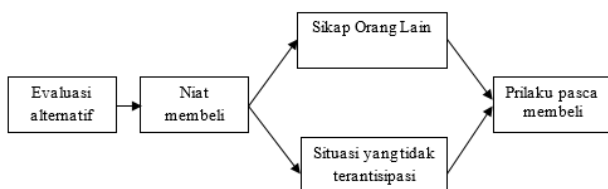
Gambar 1. Tahapan Pengambilan Keputusan



Proses pengambilan keputusan diawali dengan adanya kebutuhan. Kebutuhan merupakan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dengan situasi aktual yang memadai untuk menggugah dan mengaktifkan proses keputusan. Setelah dilakukan pengenalan masalah, proses selanjutnya yang dilakukan adalah pencarian informasi. Sumber informasi terdiri dari sumber pribadi, sumber komersial, sumber umum dan sumber pengalaman.

Selanjutnya, menurut (Kotler 2008) proses keputusan pembelian dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2. Proses Pengambilan Keputusan



(Satriawan, Hanif, and Harahap 2015) menyatakan bahwa pada dasarnya faktor – faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam menentukan pilihan pada Perguruan tinggi sebagai tempat kuliah diantaranya; faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi serta faktor psikologis, sedangkan Faktor lain yang mempengaruhi penentuan pilihan adalah faktor keluarga, individual, prospek dan lapangan pekerjaan atas jurusan tersebut, situasi ekonomi

motivasi, persepsi, keyakinan dan sikap serta minat.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan menerapkan metode kualitatif diharapkan dapat menjelaskan fenomena dalam bentuk kata-kata, dan tulisan mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih STAHN Gde Pudja Mataram. Sehingga penelitian ini dilakukan dengan cara terjun langsung ke obyek penelitian untuk memperoleh data yang benar-benar dapat dipercaya sebagai bahan kajian data.

Penelitian ini di design dengan menggunakan metode diskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan menggunakan data yang berupa narasi atau kata-kata, gambar dan skema. Menurut (Sugiyono 2017) desain penelitian mempunyai sifat lentur atau electric, pada saat penelitian lapangan berlangsung, desain penelitian kualitatif tersebut dapat berubah sejalan dengan ditemukannya fenomena-fenomena baru di lokasi penelitian. Bahkan, desain bangun penelitian kualitatif dapat berkembang, disesuaikan dengan kebutuhan.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan sumber data primer dan lebih banyak pada teknik wawancara mendalam dan dokumentasi. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan *in depth interview* (wawancara mendalam) dengan didukung pada dokumentasi. Pengujian keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN.

STAHN Gde pudja Mataram terletak di Jalan Pancaka 7B Mataram. STAHN Gde Pudja Mataram merupakan satu-satunya perguruan tinggi di Kota Mataram yang berbasis budaya Hindu. STAHN Gde Pudja Mataram memiliki visi sebagai pusat kajian Hindu yang unggul dan berdaya saing. Maka dari itu, untuk memenuhi harapan lulusan diterima di dunia kerja, selain terus meningkatkan mutu lulusan, lembaga juga



menjalin kerjasama dengan berbagai pihak untuk menerima lulusan dari STAHN.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih STAHN Gde Pudja Mataram untuk melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi adalah sebagai berikut:

1. Minat

Minat merupakan tindakan seseorang yang berkaitan dengan faktor psikologis. Menumbuhkan minat sangat penting untuk memotivasi seseorang dalam mencapai suatu tujuan. Dengan demikian, minat dapat diartikan sebagai keinginan yang berasal dari dalam diri seseorang untuk tertarik akan sesuatu, sehingga muncul rasa senang untuk ingin memiliki yang pada akhirnya mengarah pada keputusan untuk memilih perguruan tinggi.

Minat merupakan faktor pendorong utama seseorang dalam memilih suatu hal. Menurut (Wardiyanti 2016) menyatakan bahwa minat adalah kemauan atau keinginan yang menetap pada kepribadian seseorang untuk memiliki sesuatu, hal ini dapat diartikan sebagai mahasiswa sendirilah yang memotivasi dirinya untuk memilih STAHN Gde Pudja Mataram sebagai tempat untuk melanjutkan pendidikan tinggi. Sebagaimana hasil wawancara dengan Wisnu mahasiswa semester V prodi Ekonomi Hindu yang menyatakan bahwa:

“Sejak saya SMA, saya selalu mencari tahu informasi tentang STAHN Gde Pudja Mataram, baik dari teman yang sudah bersekolah disana, orang tua, maupun dari website/media sosialnya” (wawancara, 20 Januari 2020).

Senada dengan Wisnu, hasil wawancara dengan Suci prodi Ekonomi Hindu semester III juga mengatakan bahwa:

“Saya memiliki kemauan yang sangat kuat untuk kuliah di STAHN Gde Pudja Mataram, karena saya ingin belajar sambil memahami agama” (wawancara, 20 Januari 2020).

Dengan demikian, keputusan untuk memilih STAHN Gde Pudja Mataram merupakan minat dari dalam diri mahasiswa sendiri. Setelah mencemati data yang diperoleh dari hasil wawancara maka dapat disimpulkan bahwa minat

adalah faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih STAHN Gde Pudja Mataram.

2. Citra Institusi

Secara umum citra dapat diartikan sebagai keyakinan, ide, maupun kesan yang melekat pada diri seseorang terhadap suatu obyek (Kotler dan Amstrong 2006). Citra tersebut dapat berupa kesan positif maupun kesan negative yang membekas pada diri seseorang. Citra dibangun tidak serta langsung terjadi, melainkan membutuhkan proses panjang.

STAHN Gde Pudja Mataram *rebranding* diri sebagai sekolah kewirausahaan berbasis budaya Hindu, dengan slogan *Building excellent character*. Budaya baik yang tertanam dilembaga secara tidak langsung mampu mempengaruhi dampak positif terhadap lembaga tersebut. Hasil wawancara dengan mahasiswa bernama Mila mahasiswa semester V prodi Penerangan Agama Hindu menyatakan bahwa:

“STAHN Gde Pudja Mataram memiliki visi yang bagus, gedungnya luas dan lingkungan asri, terletak ditempat strategis, dan satu-satunya perguruan tinggi bernuansa Hindu di Kota Mataram” (wawancara, 20 Januari 2020).

Hasil penuturan Bapak Dr. Joko Prayitno, S.Ag., ST., M.Pd.H selaku Ketua Jurusan Dharma Duta mengatakan bahwa:

“Citra STAHN Gde Pudja Mataram sangat baik dikalangan masyarakat Hindu NTB, dosennya pun memiliki kualifikasi pendidikan minimal S2 bahkan sebagian sudah menyelesaikan pendidikan S3” (wawancara, 20 Januari 2020).

Dari hasil wawancara tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa citra institusi yang baik, menjadi salah satu faktor yang dijadikan sebagai dasar pertimbangan mahasiswa dalam memilih STAHN Gde Pudja Mataram sebagai tempat untuk mengenyam pendidikan tinggi.

3. Beasiswa

Biaya merupakan masalah yang sering dihadapi sebagian orang ketika memutuskan untuk melanjutkan kuliah. Orang tua tidak mampu sering menjadi alasan ketika ketidak-adaan biaya untuk membayar SPP. Di STAHN



Gde Pudja Mataram terdapat 3 jenis beasiswa yang dapat diambil mahasiswa. Beasiswa bidikmisi, beasiswa mahasiswa berprestasi dan beasiswa mahasiswa kurang mampu. Hasil wawancara dengan mahasiswa bernama Vista mahasiswa semester III prodi Ekonomi Hindu menyatakan bahwa:

“beasiswa yang diterima sangat membantu dalam pembiayaan kampus dan sangat membantu keuangan keluarga” (wawancara, 21 Januari 2020).

Senada dengan hasil wawancara mahasiswa bernama Surni mahasiswa semester V prodi Penerangan Agama Hindu yang menyatakan bahwa:

“faktor utama penghambat saya adalah pembiayaan SPP, dengan adanya beasiswa sangat membantu” (wawancara, 21 Januari 2020).

Dari hasil wawancara tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa beasiswa yang diberikan, menjadi salah satu faktor yang dijadikan sebagai dasar pertimbangan mahasiswa dalam memilih STAHN Gde Pudja Mataram sebagai tempat untuk melanjutkan pendidikan tinggi.

4. Unit Kegiatan Mahasiswa

Selain untuk mengasah minat dan bakat mahasiswa, unit kegiatan mahasiswa (UKM) juga menunjang nilai kebudayaan Hindu. UKM yang mencirikan kegiatan Hindu, seperti UKM Tabuh, UKM Tari, UKM Yoga, UKM Dharma Gita, UKM Pasraman. Selain UKM yang mencirikan nuansa Hindu, juga terdapat UKM Paduan Suara, Menwa, UKM Musik, UKM Penalaran dan Riset, UKM Olahraga dan UKM Kewirausahaan sebagai ajang penyaluran potensi mahasiswa. Lengkapnya UKM di STAHN Gde Pudja Mataram membuat mahasiswa memiliki kesempatan luas untuk mengembangkan potensi yang dimiliki. Hasil wawancara dengan Dian mahasiswa Penerangan Agama Hindu semester V mengatakan bahwa:

“banyak UKM disekolah ini, jadi saya ingin menyalurkan bakat menabuh saya” (wawancara, 20 Januari 2020).

Begitu pula dengan Anindita mahasiswa semester III prodi Ekonomi Hindu yang mengatakan:

“STAHN memiliki UKM lengkap. Saya mengikuti UKM tari” (wawancara, 20 Januari 2020).

Sejalan dengan penuturan Wika mahasiswa semester V prodi Penerangan Agama Hindu yang mengatakan:

“UKM yang ada disini, adalah alasan yang mendukung saya kuliah disini” (wawancara, 22 Januari 2020).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa unit kegiatan mahasiswa (UKM) yang lengkap merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih STAHN Gde Pudja Mataram.

PENUTUP

Kesimpulan

Pengambilan keputusan dalam pemilihan perguruan tinggi pada prinsipnya sama seperti konsumen melakukan keputusan pembelian. Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi juga melalui fase pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, menimbang kelebihan dan kekurangan, sampai pada akhirnya memutuskan untuk memilih perguruan tinggi.

Pada STAHN Gde Pudja Mataram, berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan memilih STAHN Gde Pudja Mataram merupakan minat dari mahasiswa itu sendiri. Minat tersebut sesuai dengan kemampuan mahasiswa masing-masing. Selain minat, faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih STAHN adalah citra kampus, beasiswa, dan unit kegiatan mahasiswa.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menyampaikan saran sebagai berikut yakni faktor utama pengambilan keputusan adalah calon mahasiswa itu sendiri, sehingga dalam fase pencarian informasi STAHN Gde Pudja Mataram memberikan informasi yang seluas-luasnya bagi calon mahasiswa.



Bagi peneliti lanjutan dapat melakukan penelitian melalui model pendekatan *longitudinal* (dari waktu ke waktu), dan memungkinkan digunakan metode dan pendekatan lainnya. Selain itu, peneliti mendatang dapat memodifikasi model penelitian dengan menambahkan dan mengembangkan indikator maupun variabel lain

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Faroh, Wahyu Nurul. 2017. "Analisa Pengaruh Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian." 4(2): 3–24.
- [2] Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia
- [3] Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks
- [4] Kotler dan Keller. 2008. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- [5] Puspitasari, Anggraini, and Finisica Dwijayati Patrikha. 2018. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Universitas Pada Siswa Kelas XII SMA Negeri 22 Surabaya." JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan 2(1): 1.
- [6] Ruhayat, Endang. 2013. "Analisis Faktor Yang Menjadi Penentu Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi." Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen: 78–96.
- [7] Satriawan, Raja Adri, Rheny Arfiana Hanif, and Fadli Harahap. 2015. "Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Jurusan Akuntansi Sebagai Tempat Kuliah Di Universitas Di Kota Pekanbaru." Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau 2(2): 1–12.
- [8] Schiffman dan Kanuk. 2008. Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- [9] Subianto, Totok. 2007. "Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian." Ekonomi Modernisasi 3(3): 165–82.
- [10] Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- [11] Suryani, Wan, and Paham Ginting. 2013. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Al Munawaroh Medan." 9(3): 33–48.
- [12] Wardiyanti, Koes. 2016. "Eksplorasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Di SMK Negeri 4 Surakarta."



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN