

KEPUTUSAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG DALAM MEMILIH PROGRAM STUDI

¹Luk Luk Atul Hidayati,
²Yulinda Devi Pramita
¹lukluk.ah.feb@ummg.ac.id, ²yulinda.feb@ummg.ac.id
Universitas Muhammadiyah Magelang

Abstract

This study empirically tested and analyzed the decision-making factors of UMMagelang Faculty of Economics and Business students in choosing study programs. These factors include the image of tertiary institutions, interests, joint decisions, availability of jobs, sources of public information, and Word of Mouth (WOM) on the decision making of prospective students of the Faculty of Economics and Business UMMagelang to choose study programs. The sample used in this study was an early semester student at the management and accounting study program of FEB UMMagelang. The sample of semester 2 students is because they are classified as new students and can still be measured and identified their interest in choosing study programs at FEB UMMagelang. The results showed that the WOM method influenced the decision to choose a study program. It means that many of FEB UMMagelang students are often involved in communication and talking about FEB UMMagelang. Brand image is one of the considerations of prospective students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Magelang, choosing study programs at FEB UMMagelang. The joint decision to choose the bachelor program (S-1) at the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Magelang also influenced the decision to vote. This shows that the role of parents and family influences the decision to choose study programs at the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Magelang.

Keywords: *Theory of Planned Behavior, Word of Mouth, Decision Making*

PENDAHULUAN

Pendidikan memiliki peran strategis meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Mengacu pada pasal 20 ayat 2 Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional tahun 2003, menyatakan bahwa perguruan tinggi merupakan sumber daya utama dalam mempersiapkan dan menghasilkan *human capital* Sumber Daya Manusia yang dibutuhkan melalui ilmu pengetahuan dan teknologi. Pendidikan tinggi memiliki peranan penting dalam meningkatkan kapasitas generasi bangsa dalam menyerap dan mempergunakan pengetahuan dan teknologi. Perguruan tinggi dibangun untuk mencetak mahasiswa yang berkualitas dalam segala bidang (Mulyati, 2016).

Masyarakat Ekonomi ASEAN telah diresmikan tepatnya tanggal 31 Desember 2015. Terbukanya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) tidak hanya membuka arus perdagangan barang dan jasa, melainkan pasar tenaga kerja profesional, salah satunya akuntan publik. Peranan profesi akuntan sangat penting dalam perkembangan saat ini, didukung dengan berkembangnya bidang teknologi, informasi, dan ilmu akuntansi yang semakin baik. Untuk menjadi seorang akuntan yang profesional diwajibkan mengikuti ujian sertifikasi akuntan. Mulai September 2013, lulusan S1 atau D3 program studi akuntansi dapat langsung mengikuti ujian *Certified Public Accountant* (CPA). Hal ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah akuntan publik bersertifikasi CPA Indonesia tersebut untuk menjawab kebutuhan profesional bidang akuntansi dalam negeri maupun luar negeri (Ferlianda, 2013).

Rektor Universitas Widyatama Islahuzzaman dalam Seminar Nasional Akuntansi dan Bisnis (SNAB-2) 2017, dalam *Warta Ekonomi.co.id* 21 Juli 2017, menyatakan bahwa jumlah akuntan di Indonesia masih minim dibandingkan dengan jumlah UMKM. Saat ini akuntan di Indonesia tercatat sebanyak 48 ribu orang, sedangkan kebutuhan atas profesi tersebut mencapai 70 ribu orang. Menurutnya, setiap perusahaan membutuhkan seorang akuntan untuk menjaga sistem dengan baik termasuk mendukung pelaporan keuangan dan mencegah terjadinya kecurangan. Jika dibandingkan negara Singapura dan Malaysia, tenaga akuntan di Indonesia sangat jauh tertinggal. Untuk mengatasi ketertinggalan tersebut lembaga pendidikan terutama Perguruan Tinggi diharapkan dapat meningkatkan lulusan akuntan agar selanjutnya dapat meneruskan menjadi akuntan profesional. (*Warta Ekonomi.co.id* 21 Juli 2017)

Menanggapi fenomena diatas berdasarkan data jumlah mahasiswa yang memilih program studi akuntansi dilihat dari data Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Universitas Muhammadiyah Magelang tahun ajaran 2016 dan 2017 mengalami penurunan.

Tabel 1. Data Mahasiswa Baru Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Magelang Tahun 2014 - 2017

Tahun	2014	2015	2016	2017
Jumlah Mahasiswa Baru	166	239	202	138

Sumber : PMB Universitas Muhammadiyah Magelang

Penurunan jumlah mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Magelang bertolak belakang dengan adanya fenomena dibutuhkannya akuntan profesional dalam era Masyarakat Ekonomi ASEAN. Hal tersebut menimbulkan permasalahan ketidakseimbangan antara jumlah akuntan dibandingkan dengan jumlah perusahaan atau peluang profesi akuntan yang

ada. Penelitian ini untuk menganalisis faktor apa yang mempengaruhi pengambilan keputusan calon mahasiswa untuk memilih program studi akuntansi khususnya di Universitas Muhammadiyah Magelang. Faktor-faktor tersebut antara lain citra perguruan tinggi, minat, keputusan bersama, tersedianya lapangan kerja, sumber informasi publik, dan *word of mouth* terhadap pengambilan keputusan calon mahasiswa untuk memilih program studi akuntansi.

Penelitian ini mengacu pada penelitian (Risnawati & Irwandi, 2012). **Perbedaan penelitian** ini dengan penelitian sebelumnya, **pertama** yaitu menambahkan variabel independen. Variabel tersebut antara lain 1) sumber informasi publik karena peneliti beranggapan bahwa informasi publik mengenai perguruan tinggi yang banyak beredar di internet atau *wibsite* resmi akan membantu pengambilan keputusan memilih program studi, 2) *word of mouth* karena peneliti beranggapan bahwa *word of mouth* sebagai penentu pemilihan program studi di perguruan tinggi, karena informasi dari “mulut ke mulut” akan mempengaruhi pemilihan calon mahasiswa untuk mengambil keputusan. **Kedua** adalah objek penelitian. Penelitian ini menggunakan objek penelitian mahasiswa PTM. Sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling* yaitu mahasiswa aktif FEB UMMagelang, mahasiswa semester 2. Digunakan mahasiswa semester 2 karena mereka tergolong mahasiswa baru dan masih dapat diukur dan diidentifikasi minatnya memilih prodi di FEB UMMagelang

Theory of Planned Behavior (TPB)

Ajzen (2005) menyatakan bahwa intensi individu melakukan suatu perilaku dapat diprediksi dengan menggambarkan tiga prediktor utama yaitu sikap terhadap suatu perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif tentang suatu perilaku (*subjective norm*), dan persepsi tentang kontrol perilaku (*perceive behavior control*). Dengan kata lain seseorang dapat atau tidak dapat melakukan suatu perilaku tergantung dari intensi dan niat yang dimiliki oleh orang tersebut.

A. Pengambilan Keputusan

Stoner dalam (Hasan, 2002) mendefinisikan pengambilan keputusan adalah pemilihan diantara berbagai alternatif pilihan. Definisi ini mengandung tiga hal, yaitu: 1) ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan, 2) ada beberapa alternatif yang harus dipilih salah satu yang terbaik, dan 3) ada tujuan yang ingin dicapai dan keputusan itu mungkin mendekati pada tujuan tersebut. Menurut (Sutisna, 2001), citra baik dapat diartikan masyarakat mempunyai kesan positif terhadap lembaga atau organisasi, sedangkan citra yang

kurang baik berarti masyarakat mempunyai kesan negatif terhadap lembaga atau organisasi. Citra perguruan tinggi yang dibangun haruslah citra positif sesuai dengan harapan stakeholder pengguna layanan, karena citra positif cenderung lebih diterima dan menarik minat konsumen. Witherington dalam Arikunto (1983) mendefinisikan minat sebagai kesadaran seseorang terhadap suatu objek, masalah, atau situasi yang mengandung kaitan dengan dirinya. Seseorang memiliki minat terhadap suatu hal lebih dikarenakan kecenderungan perhatian atau merasa senang terhadap hal tersebut. Risnawati & Irwandi (2012) mendefinisikan keputusan bersama adalah suatu keputusan yang sudah ditetapkan berdasarkan pertimbangan, pemikiran serta pembahasan yang matang secara bersama. Keputusan bersama harus mewakili kepentingan bersama dan dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Risnawati & Irwandi (2012) mendefinisikan lapangan pekerjaan sebagai bidang kegiatan dari pekerjaan atau usaha atau perusahaan atau kantor dimana seseorang bekerja. Tersedianya lapangan pekerjaan, prospek kerja yang baik dan pemberian *reward* berupa penghasilan yang tinggi merupakan salah satu pertimbangan bagi para peminat untuk memilih suatu program studi dalam perguruan tinggi. Hartono (2005) mendefinisikan informasi sebagai data yang diolah menjadi informasi yang lebih berguna dan berarti bagi yang menerima. Sumber informasi publik berarti berbagai sumber informasi yang tersedia secara umum melalui media massa dan dapat digunakan oleh seseorang untuk mengetahui tentang hal baru. Kotler & Amstrong (2004) mendefinisikan *word of mouth* sebagai suatu komunikasi pribadi mengenai produk yang dihasilkan atau layanan yang diberikan diantara pembeli atau peminat dan orang-orang yang ada disekitarnya. *Word of mouth* dibagi dalam dua jenis yaitu 1) *Negative word of mouth*, dan 2) *Positive word of mouth*.

B. Penelitian terdahulu dan Hipotesis Penelitian

No	Peneliti	Judul	Hasil
1	(Risnawati & Irwandi, Januari 2012)	Analisis faktor atas pengambilan keputusan mahasiswa untuk memilih jurusan akuntansi di STIE Perbanas Surabaya	Citra perguruan tinggi, minat, keputusan bersama, dan tersedianya lapangan kerja berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi di STIE Perbanas Surabaya.
2	(Asiati, 2017)	Pengaruh sumber informasi terhadap keputusan masuk Universitas Muhammadiyah Palembang	Sumber pribadi, sumber komersial, sumber publik, dan sumber pengalaman secara bersama-sama maupun secara parsial berpengaruh terhadap keputusan memilih UMP.

3	(Hafiah, 2015) Pengaruh <i>word of mouth</i> dan citra merek terhadap keputusan mahasiswa memilih program (S-1) di UIN Malang	<i>Word of mouth</i> dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan keputusan mahasiswa memilih S-1.
---	---	---

-
- H₁** : Citra perguruan tinggi berpengaruh positif terhadap keputusan calon mahasiswa memilih prodi
- H₂** : Minat berpengaruh positif terhadap keputusan calon mahasiswa memilih prodi
- H₃** : Keputusan bersama berpengaruh positif terhadap keputusan calon mahasiswa memilih prodi
- H₄** : Tersedianya lapangan kerja berpengaruh positif terhadap keputusan calon mahasiswa memilih prodi
- H₅** : Sumber informasi publik berpengaruh positif terhadap keputusan calon mahasiswa memilih prodi
- H₆** : *Word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan calon mahasiswa memilih prodi

METODE PENELITIAN

Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu dengan kriteria mahasiswa aktif FEB UMMagelang, mahasiswa semester 2. Digunakan mahasiswa semester 2 karena mereka tergolong mahasiswa baru dan masih dapat diukur dan diidentifikasi minatnya memilih prodi di FEB UMMagelang.

Variabel dan pengukurannya

a. Indikator Variabel

Keputusan memilih program studi akuntansi diukur dengan indikator bahwa akuntan memiliki kesempatan kerja yang luas, dibutuhkan di setiap perusahaan dan mengembangkan karirnya menjadi akuntan profesional, seperti auditor, konsultan pajak, konsultan keuangan, jasa appraisal, dan Konsultan Manajemen. Citra perguruan tinggi diukur dengan empat indikator yaitu prestasi akademik, kualitas pendidikan, status akreditasi baik perguruan tinggi dan status akreditasi pada program studi akuntansi. Minat diukur dengan tiga indikator yaitu keinginan menjadi seorang akuntan, keinginan menjadi akuntan memotivasi memilih program studi akuntansi, lebih menyukai matakuliah hitungan daripada hafalan. Keputusan bersama diukur dengan empat indikator yaitu di lingkungan sekitar dan orang tua berprofesi sebagai akuntan, banyak

teman yang memilih program studi akuntansi di UMMagelang, pengaruh keluarga. Tersedianya lapangan kerja diukur dengan tiga indikator yaitu jejaring alumni dan stakeholder, kerjasama UMMagelang dengan perusahaan, lulusan akuntansi mendapatkan pekerjaan sesuai dengan bidangnya. Sumber informasi publik diukur dengan indikator yaitu sumber informasi media massaseperti iklan, wibesite atau situs-situs resmi lainnya dalam mempromosikan produk dalam hal ini UMMagelang mempengaruhi memilih program studi akuntansi. *Word of mouth* diukur dengan dua indikator yaitu seberapa intens dan sering seorang terlibat dalam *word of mouth* untuk menginformasikan produk dan layanan yang diberikan, dan menggambarkan seberapa positif *word of mouth* yang melekat.

b. Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 CPT + \beta_2 MN + \beta_3 KB + \beta_4 TLK + \beta_5 SIP + \beta_6 WOM + e$$

Keterangan :

Y = Pengambilan keputusan untuk memilih program studi akuntansi

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_6$ = Koefisien regresi dari X

CPT = Citra perguruan tinggi

MN = Minat

KB = Keputusan bersama

TLK = Tersedianya lapangan kerja

SIP = Sumber informasi publik

WOM = *Word Of Mouth*

e = *Error / Residual*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif Responden

a) Jenis Kelamin

Tabel 2. Jenis kelamin

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Laki-laki	45	45,0	45,0	45,0
Valid Perempuan	56	55,0	55,0	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Tabel 2 menunjukkan responden yang paling banyak berpartisipasi adalah responden dengan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 56 orang atau 55%. Hasil ini menunjukkan mahasiswa FEB yang berpartisipasi dalam penelitian ini didominasi perempuan.

b) Usia

Tabel 3. Usia

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid < 20 tahun	81	46,7	46,7	46,7
21-25 tahun	16	30,0	30,0	76,7
26-30 tahun	3	11,7	11,7	88,3
> 30 tahun	1	11,7	11,7	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Tabel 3 menunjukkan responden yang paling banyak berpartisipasi adalah responden dengan usia < 20 tahun yaitu sebanyak 81 orang atau 46,7%.

c) Penghasilan orang tua

Tabel 4. Penghasilan orang tua

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid Kurang dari Rp. 1.000.000	21	20,8	20,8	20,8
Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	72	71,2	71,2	92
Lebih dari Rp. 3.000.000	8	8	8	100,0
Total	101	100,0	100,0	100,0

Tabel 4 menunjukkan bahwa responden yang paling banyak berpartisipasi adalah responden dengan penghasilan orang tua yaitu Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000 sebanyak 72 orang atau 71,2%.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Butir	Sig. (2 tailed)	Pearson Correlation	Kesimpulan
Citra Perguruan Tinggi (CTR)	CTR1	0,000	0,741 ^{**}	Valid
	CTR2	0,000	0,825 ^{**}	Valid
	CTR3	0,000	0,664 ^{**}	Valid
	CTR4	0,000	0,554 [*]	Valid
	CTR5	0,038	0,268 [*]	Valid
	CTR6	0,000	0,490 ^{**}	Valid
Minat (MNT)	MNT1	0,000	0,576 ^{**}	Valid
	MNT2	0,007	0,347 ^{**}	Valid
	MNT3	0,000	0,728 ^{**}	Valid
Keputusan Bersama (KB)	KB1	0,009	0,335 ^{**}	Valid
	KB2	0,002	0,397 ^{**}	Valid

	KB3	0,015	0,313 [*]	Valid
	KB4	0,000	0,575 ^{**}	Valid
Tersedianya Lapangan Pekerjaan (TLP)	TLP1	0,032	0,278 [*]	Valid
	TLP2	0,003	0,380 ^{**}	Valid
	TLP3	0,000	0,498 ^{**}	Valid
Sistem Informasi Publik (SIP)	SIP1	0,000	0,642 ^{**}	Valid
	SIP2	0,000	0,585 ^{**}	Valid
	SIP3	0,008	0,349 ^{**}	Valid
<i>Word of Mouth</i> (WOM)	WOM1	0,000	0,501 ^{**}	Valid
	WOM2	0,001	0,411 ^{**}	Valid
	WOM3	0,024	0,290 [*]	Valid
	WOM4	0,000	0,516 ^{**}	Valid
	WOM5	0,001	0,428 ^{**}	Valid
	WOM6	0,010	0,328 [*]	Valid
	WOM7	0,000	0,603 ^{**}	Valid
	WOM8	0,000	0,517 ^{**}	Valid
	WOM9	0,000	0,575 ^{**}	Valid
	WOM10	0,001	0,310 ^{**}	Valid
Keputusan Memilih (KM)	KM1	0,000	0,741 ^{**}	Valid
	KM2	0,000	0,825 ^{**}	Valid
	KM3	0,000	0,664 ^{**}	Valid
	KM4	0,000	0,554 [*]	Valid
	KM5	0,038	0,268 [*]	Valid
	KM6	0,000	0,490 ^{**}	Valid
	KM7	0,000	0,585 ^{**}	Valid
	KM8	0,008	0,349 ^{**}	Valid

** Correlation is significant at the 0,01 level (2 tailed)

* Correlation is significant at the 0,05 level (2 tailed)

Berdasarkan tabel 5 dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	r alpha	Keterangan
Citra Perguruan Tinggi (CTR)	0,651	Reliabel
Minat (MNT)	0,630	Reliabel
Keputusan Bersama (KB)	0,751	Reliabel
Tersedianya Lapangan Pekerjaan (TLP)	0,677	Reliabel
Sistem Informasi Publik (SIP)	0,695	Reliabel
<i>Word of Mouth</i> (WOM)	0,734	Reliabel
Keputusan Memilih (KM)	0,670	Reliabel

Berdasarkan tabel 6 dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan reliabel. Hal ini dibuktikan dengan besarnya *cronbach's alpha* lebih dari 0,60.

Hasil Pengujian Hipotesis

a) Uji F (*Goodness of Fit*)

Tabel 7. Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6,733	2	3,366	34,630	0,000 ^b
	Residual	7,874	98	0,097		
	Total	14,607	100			

Dependent Variable: KM

Uji F digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual (*goodness of fit*) model penelitian. Uji F menguji apakah variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara baik atau untuk menguji apakah model yang digunakan telah bagus atau tidak. Berdasarkan tabel 4.6, F hitung > F tabel atau $p \text{ value } 0,000 < \alpha = 0,05$, artinya model yang digunakan bagus (*fit*).

b) Uji t

Tabel 8. Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	2.319	.522		4.444	.000
	CTR	.246	.095	.311	2.585	.012
	MNT	.099	.071	.143	1.397	.166
	KB	.236	.092	.309	2.453	.006
	TLP	.074	.099	.156	1.332	.134
	SIP	.087	.063	.168	1.454	.147
	WOM	.215	.094	.276	2.289	.026

a. Dependent Variable: KM

Berdasarkan tabel 4.7, signifikansi t hitung sebesar 0,012 untuk citra perguruan tinggi, signifikansi t hitung sebesar 0,006 untuk keputusan bersama, signifikansi t hitung sebesar 0,026 untuk *Word of Mouth* (WOM) lebih kecil dari 0,05. Hasil ini membuktikan citra perguruan tinggi, keputusan bersama dan WOM merupakan faktor yang menjadi pertimbangan mahasiswa terhadap keputusan memilih program studi mahasiswa baru di FEB UMMagelang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H1, H3 dan H6 penelitian ini diterima.

Pembahasan

Word of Mouth tentang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang berpengaruh terhadap keputusan memilih program studi. Artinya banyak dari mahasiswa FEB UMMagelang yang sering melibatkan diri dalam komunikasi dan berbincang terkait Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang. Citra merek tentang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang berpengaruh terhadap keputusan memilih prodi di FEB UMMagelang yang berarti citra merek Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang menjadi beberapa pertimbangan calon mahasiswa. Keputusan bersama memilih program strata 1 (S-1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang berpengaruh terhadap keputusan memilih. Hal tersebut menunjukkan bahwa peran orang tua dan keluarga memengaruhi keputusan memilih prodi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian regresi berganda determinan keputusan mahasiswa baru FEB UMMagelang dalam memilih program studi yaitu citra perguruan tinggi, keputusan bersama dan metode WOM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pentingnya citra perguruan tinggi yang diukur dengan indikator prestasi akademik, kualitas pendidikan, akreditasi perguruan tinggi dan program studi; keputusan bersama yaitu peran orang tua dan keluarga dalam memengaruhi keputusan mahasiswa baru memilih program studi; serta metode marketing WOM yaitu seberapa sering mahasiswa mendapat informasi dari orang lain, kerabat dan teman tentang pengalaman kuliah di UMMagelang tentang perkuliahan, fasilitas dan SDM yang ada di FEB dan UMMagelang. Implikasi dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi promosi yang dilakukan untuk calon mahasiswa baru.

Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini, saran untuk FEB UMMagelang adalah

1. FEB UMMagelang untuk selalu memberikan pelayanan yang berkualitas guna meningkatkan *word of mouth* positif sehingga berdampak pada perilaku *pasca* pemilihan yang memuaskan untuk mempercayakan pendidikan di FEB UMMagelang.
 2. Sivitas akademika terus berusaha meningkatkan citra merek FEB UMMagelang agar menjadi universitas dan fakultas yang lebih bergengsi sehingga keputusan calon mahasiswa dalam memilih FEB UMMagelang meningkat
 3. Saran untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan faktor lain terkait keputusan
-

memilih program strata 1 (S-1) di FEB UMMagelang antara lain fasilitas sarana dan prasarana yang disediakan, kurikulum yang ditawarkan, dan faktor lokasi yang strategis, suasana akademik yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (2005). *The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes*.

Arikunto, S. (1983). *Dasar-dasar evaluasi pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Asiati, D. I. (2017). Pengaruh Sumber Informasi Terhadap Keputusan Masuk Universitas Muhammadiyah Palembang. *Jurnal Bidang Ilmu Ekonomi Volume 12 No. 1* , 50-61.

Ferlianda, I. (2013, Agustus). *ivanferlianda.wordpress.com*. Retrieved Oktober 23, 2018, from [ivanferlianda.wordpress.com: https://ivanferlianda.wordpress.com/2013/08/09/bagaimana-menjadi-cpa/](https://ivanferlianda.wordpress.com/2013/08/09/bagaimana-menjadi-cpa/)

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Hafiah, E. (2015). *Pengaruh Word of Mouth (WOM) dan Citra Merek terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Strata 1 (S-1) di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*. Malang: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Hartono, J. (2005). *Analisis dan Desain Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori & Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.

Hasan, I. (2002). *Teori Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Kotler, P., & Amstrong. (2004). *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT Indeks.

Mulyati, Y. (2016). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas Volume 18 No 1 Januari* .

Risnawati, E., & Irwandi, S. A. (2012). Analisis Faktor atas Pengambilan Keputusan Mahasiswa untuk Memilih jurusan Akuntansi di STIE Perbanas Surabaya. *Journal of Economics, Business & Accounting Ventura Volume 2 No 1* , 63-72.

Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Warta Ekonomi.co.id. diakses 21 Juli 2017