



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 7850-7864

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Ambo Uleng

Program Studi Manajemen, Universitas Syekh Yusuf Al Makassar Gowa, Indonesia

Email: andyambull15@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar menggunakan pendekatan penelitian campuran (mixed method) dengan menggunakan metode kombinasi model urutan penemuan (Sequential exploratory). Pengumpulan data menggunakan Focus Group Discussion (FGD) dan kuesioner dengan jumlah responden adalah 365 orang. Metode analisis dalam penelitian ini dimulai dengan mengkaji data yang diperoleh dari berbagai sumber, termasuk hasil Focus Group Discussion (FGD). Proses selanjutnya mencakup pengujian instrumen penelitian, analisis faktor, serta analisis regresi linier berganda. Temuan dari analisis faktor menunjukkan bahwa terdapat lima elemen utama yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar, yaitu aspek sosial, peluang kerja, karakteristik individu, biaya pendidikan, dan lokasi. Selanjutnya, hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel-variabel seperti faktor keluarga, peluang kerja, faktor individu, biaya pendidikan, dan lokasi memberikan kontribusi terhadap proses pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih. Oleh karena itu, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar perlu mengoptimalkan kelima faktor tersebut guna menarik minat calon mahasiswa secara lebih efektif.

Kata kunci: Faktor Keluarga, Faktor Kesempatan Kerja, Faktor Pribadi, Faktor Biaya Pendidikan, Faktor Lokasi, Keputusan Mahasiswa Memilih

1. Latar Belakang

Bagi banyak orang, pemasaran masih sering diasosiasikan dengan dunia bisnis. Hal ini dapat dimaklumi mengingat istilah pemasaran lebih banyak dikenal dalam konteks bisnis, baik di sektor jasa maupun manufaktur. Namun, muncul pertanyaan: apakah institusi pendidikan tinggi juga perlu dipasarkan? Ada beberapa alasan yang mendasari pentingnya strategi pemasaran untuk lembaga pendidikan. Pertama, sebagai organisasi nirlaba yang bergerak di bidang layanan pendidikan, penting bagi kita untuk meyakinkan masyarakat serta "konsumen" yang dalam hal ini mencakup siswa, orang tua, dan pemangku kepentingan lainnya bahwa institusi pendidikan yang kita kelola tetap eksis dan relevan. Kedua, perlu ditegaskan kepada masyarakat bahwa layanan pendidikan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan mereka. Ketiga, kegiatan pemasaran diperlukan agar ragam layanan pendidikan yang tersedia dapat diketahui dan dipahami secara luas oleh publik. Oleh karena itu, pemasaran dalam konteks pendidikan bukan sekadar aktivitas yang berorientasi pada bisnis atau perekrutan peserta didik, melainkan merupakan bentuk tanggung jawab sosial untuk menginformasikan dan menjelaskan layanan yang telah, sedang, dan akan disediakan oleh lembaga pendidikan tersebut.

Pendidikan menjadi aspek yang sangat diprioritaskan dalam kehidupan masyarakat. Banyak individu yang memiliki cita-cita untuk melanjutkan pendidikan hingga ke jenjang tertinggi. Namun, tidak sedikit pula yang memilih langsung bekerja dan tidak melanjutkan pendidikan formal ke tingkat yang lebih tinggi. Pendidikan memiliki peran krusial dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta mencerdaskan bangsa. Selain itu, pendidikan juga berfungsi sebagai sarana dalam mewujudkan pembangunan manusia Indonesia seutuhnya. Hal ini sejalan dengan salah satu tujuan negara yang tercantum dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945, yaitu mencerdaskan kehidupan bangsa. Menurut UU No 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional bahwa: "Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk mengembangkan potensi peserta

didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga Negara yang demokratis dan bertanggung jawab”.

Menurut Gaffar (2008), perkembangan pendidikan saat ini tidak lepas dari pengaruh globalisasi yang terus bergerak cepat dan menjangkau hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Globalisasi telah melintasi batas-batas geografis, identitas kebangsaan, budaya, bahkan peradaban, sehingga menjadikan pendidikan sebagai bagian dari arus globalisasi yang tidak bisa dihindari oleh negara ataupun masyarakat. Kondisi ini turut memengaruhi institusi pendidikan, termasuk perguruan tinggi, yang berperan penting dalam mempersiapkan sumber daya manusia berkualitas agar mampu mengikuti dinamika perubahan global yang semakin cepat.

Institusi pendidikan dapat diklasifikasikan sebagai suatu bentuk organisasi penyedia layanan edukatif, di mana layanan tersebut dimanfaatkan oleh pengguna akhir, yakni peserta didik seperti siswa maupun mahasiswa (Alma, 2008). Dalam hal ini, perguruan tinggi dikategorikan sebagai penyedia jasa murni, yang proses pelaksanaannya didukung oleh fasilitas pendukung seperti ruang belajar, sarana penunjang, buku ajar, serta perlengkapan lainnya. Namun demikian, substansi dari layanan pendidikan sesungguhnya terletak pada proses pembentukan kualitas sumber daya manusia yang dilakukan melalui interaksi sistemik antara institusi pendidikan, pendidik, kurikulum, peserta didik, dan proses pembelajaran yang berlangsung secara terpadu.

Menurut Peter dan Olshon (2013), perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis yang melibatkan berbagai aspek seperti pengaruh lingkungan, kesadaran kognitif, tindakan individu, serta kondisi eksternal, yang secara kolektif membentuk pola kehidupan seseorang. Sementara itu, Tjiptono dan Chandra (2005) mendeskripsikan jasa sebagai suatu aktivitas atau manfaat yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Di sisi lain, Kotler dan Armstrong (2008) menjelaskan bahwa jasa adalah bentuk aktivitas atau performa yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, bersifat intangible dan tidak menghasilkan kepemilikan, meskipun dalam praktiknya dapat berhubungan maupun tidak berhubungan dengan produk fisik tertentu.

Saat ini, baik perguruan tinggi negeri maupun swasta berlomba-lomba menyediakan berbagai macam jurusan atau program studi. Hal ini merupakan respons terhadap meningkatnya jumlah lulusan SMA/SMK yang berminat melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Calon mahasiswa dan masyarakat luas dihadapkan pada berbagai pilihan institusi, program studi, serta pertimbangan lainnya dalam mengambil keputusan. Dalam menentukan jurusan, umumnya mereka mempertimbangkan minat, kemampuan pribadi, serta rencana masa depan, termasuk prospek pekerjaan yang diharapkan setelah menyelesaikan studi di bidang tersebut.

Menurut Loyola (2013), perguruan tinggi sebagai institusi penyedia layanan pendidikan dituntut untuk mampu memenuhi harapan dan kepuasan para konsumennya, yaitu mahasiswa. Di Kota Makassar, terdapat beragam perguruan tinggi, baik milik pemerintah maupun swasta, yang menawarkan berbagai program studi. Salah satu di antaranya adalah Universitas Muhammadiyah Makassar yang berdiri sejak tahun 1963. Saat ini, universitas tersebut memiliki tujuh fakultas, yaitu Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP), Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Fakultas Teknik (FT), Fakultas Pertanian (FP), Fakultas Kedokteran (FK), dan Fakultas Agama Islam (FAI).

Pemilihan perguruan tinggi oleh mahasiswa merupakan hasil dari evaluasi berbagai aspek yang berkaitan dengan kondisi personal dan situasi eksternal yang mereka hadapi. Ketidaksiharian antara harapan dan realitas dapat menimbulkan keraguan yang berujung pada keputusan untuk tidak memilih institusi atau program studi tertentu. Dalam praktiknya, proses pemilihan ini mencakup beragam pertimbangan dan memiliki implikasi yang kompleks. Tindakan memilih bukan sekadar bagian dari problem solving, tetapi merupakan langkah penting dalam proses pengambilan keputusan yang berdampak baik dalam jangka pendek maupun panjang, mencakup potensi keuntungan dan risiko (Swedianti, 2011).

Suryani (2013) menemukan bahwa terdapat enam faktor utama yang memengaruhi mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Al Munawaroh Medan, yaitu proses, motivasi, bukti fisik, referensi, biaya, dan lokasi, dengan kontribusi kumulatif sebesar 81,216%. Sementara itu, Artini, Kirya, dan Suwendra (2014) mengelompokkan faktor-faktor penentu pemilihan jurusan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha menjadi dua: faktor internal (orang, harga, proses, produk, promosi) dan eksternal (keluarga, dorongan pribadi, kelompok acuan). Faktor internal diketahui memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan di institusi tersebut.

Penelitian-penelitian tersebut memberikan suatu saran dan pandangan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa memilih fakultas dan jurusan. Selain itu perguruan tinggi juga harus menyadari bahwa lembaga pendidikan tidak hanya merupakan sarana belajar menambah pengetahuan dan keterampilan, tapi juga merupakan sebuah sarana pengembangan kepribadian dan perilaku sesuai dengan tujuan lembaga pendidikan. Mahasiswa

juga harus memiliki sifat mental dan kepribadian. Oleh karena itu, perguruan tinggi sebagai penyelenggara pendidikan tinggi di Indonesia dituntut untuk lebih peka terhadap perkembangan yang terjadi di masyarakat.

Berdasarkan observasi awal peneliti, penurunan jumlah mahasiswa yang terdaftar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dalam empat tahun terakhir dapat ditelusuri pada beberapa faktor utama. Salah satu penyebab dominan adalah semakin rendahnya minat masyarakat untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta. Hal ini diperparah oleh kondisi ekonomi masyarakat yang mengalami penurunan secara signifikan, sementara pada saat yang sama, biaya pendidikan di perguruan tinggi swasta terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Selain itu, fluktuasi jumlah mahasiswa juga dipengaruhi oleh berkembangnya institusi pendidikan tinggi di berbagai daerah, yang kini telah memiliki kampus sendiri dengan akreditasi resmi. Beberapa institusi yang sebelumnya berstatus sekolah tinggi juga mengalami peningkatan status menjadi universitas, dan cenderung menawarkan biaya pendidikan yang lebih terjangkau. Berbagai faktor ini secara kolektif menjadi determinan turunya jumlah mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis merupakan salah satu fakultas tertua yang berada di lingkungan Universitas Muhammadiyah Makassar. Fakultas ini merupakan bagian integral dari proses pendirian universitas yang telah berdiri sejak tahun 1966, dan memiliki pengalaman panjang dalam menyelenggarakan pendidikan tinggi. Saat ini, Fakultas Ekonomi dan Bisnis mengelola lima program studi, yaitu Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Manajemen, Akuntansi, Ekonomi Islam, serta Diploma III Perpajakan. Setiap tahun akademik, fakultas ini membuka penerimaan mahasiswa baru. Namun demikian, dalam beberapa tahun terakhir, jumlah pendaftar dan mahasiswa yang diterima mengalami dinamika yang tidak stabil. Data mengenai perkembangan jumlah mahasiswa tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Total Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar Berdasarkan Program Studi dan Tahun Ajaran

No	Program Studi	2016	2017	2018	2019	Total Mahasiswa
1	Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan	235	155	83	89	562
2	Manajemen	465	366	518	454	1.803
3	Akuntansi	379	395	398	271	1.443
4	Ekonomi Islam	53	16	26	20	115
5	D-III Perpajakan	57	34	43	30	164
Total Mahasiswa per Tahun Ajaran		1189	966	1068	864	4.087

Tabel 1 menyajikan data mengenai total jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar selama empat tahun terakhir, yang mencapai 4.087 orang. Rincian jumlah tersebut meliputi: Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan sebanyak 562 mahasiswa, Program Studi Manajemen sebanyak 1.803 mahasiswa, Program Studi Akuntansi sebanyak 1.443 mahasiswa, Program Studi Ekonomi Islam sebanyak 164 mahasiswa, serta Program Studi D III Perpajakan yang juga berjumlah 164 mahasiswa. Sementara itu, Tabel 1.1 memperlihatkan adanya tren fluktuatif dalam jumlah penerimaan mahasiswa baru setiap tahunnya. Pada tahun akademik 2016, jumlah mahasiswa baru yang diterima mencapai 1.189 orang. Namun, pada tahun akademik 2017, jumlah tersebut menurun menjadi 966 mahasiswa, atau terjadi penurunan sebesar 223 orang (23,1%). Kemudian, pada tahun 2018, terjadi peningkatan jumlah mahasiswa baru menjadi 1.068 orang, naik sebanyak 102 orang (9,5%). Akan tetapi, pada tahun 2019, jumlah mahasiswa yang diterima kembali menurun menjadi 864 orang, atau turun sebanyak 204 orang (23,6%).

Jika data tersebut dibandingkan dengan jumlah lulusan SMA/ sederajat di Provinsi Sulawesi Selatan, tercatat sebanyak 234.105 lulusan pada tahun akademik 2017/2018 dan 230.711 lulusan pada tahun akademik 2018/2019 (Sumber: <http://statistik.data.kemdikbud.go.id>). Namun demikian, realisasi jumlah mahasiswa baru di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar tetap mengalami pola yang fluktuatif sebagaimana tergambar pada Tabel 1. Dalam konteks ini, mahasiswa dapat diposisikan sebagai konsumen dari layanan pendidikan yang disediakan oleh fakultas. Oleh karena itu, pemahaman terhadap analisis pengambilan keputusan mahasiswa menjadi penting, tidak hanya bagi mahasiswa sendiri sebagai pihak yang mengambil keputusan, tetapi juga bagi institusi pendidikan tinggi yang bersangkutan. Keputusan mahasiswa dalam memilih program studi dan fakultas memberikan informasi strategis bagi pengelola Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang dapat dimanfaatkan untuk merumuskan kebijakan peningkatan mutu serta daya tarik institusi di tengah dinamika persaingan pendidikan tinggi yang semakin kompetitif.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed methods, yakni gabungan antara pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan ini dipilih agar diperoleh hasil penelitian yang komprehensif, valid, reliabel, dan objektif. Menurut Creswell (2013:5), metode campuran merupakan pendekatan penelitian yang mengombinasikan bentuk kualitatif dan kuantitatif. Hal ini sejalan dengan pendapat Sugiyono (2011:18) yang menyatakan bahwa mixed methods adalah kombinasi dari dua pendekatan sekaligus dalam satu kegiatan penelitian. Model mixed methods yang digunakan adalah sequential exploratory design, yaitu metode eksploratif berurutan di mana penelitian dimulai dengan pengumpulan data kualitatif, kemudian dilanjutkan dengan kuantitatif untuk menguji dan menggeneralisasikan temuan awal. Tahap kualitatif dilakukan melalui Focus Group Discussion (FGD) terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan data kuantitatif melalui angket serta dokumentasi, yang dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, analisis faktor, dan regresi linear berganda.

Lokasi penelitian ini adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang beralamat di Jl. Sultan Alauddin No. 259, Makassar. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada adanya fluktuasi jumlah mahasiswa tiap tahun yang dinilai menarik untuk diteliti lebih lanjut. Penelitian ini direncanakan berlangsung selama dua bulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif FEB Unismuh Makassar yang berjumlah 4.087 orang. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah simple random sampling dengan perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 365 mahasiswa. Teknik proportional random sampling digunakan untuk menentukan jumlah sampel dari setiap program studi. Rinciannya adalah: Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan sebanyak 50 mahasiswa, Manajemen 161 mahasiswa, Akuntansi 129 mahasiswa, Ekonomi Islam 10 mahasiswa, dan Perpajakan 15 mahasiswa.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga teknik, yakni Focus Group Discussion (FGD), angket, dan dokumentasi. FGD digunakan sebagai teknik awal dalam pendekatan kualitatif untuk menggali informasi mendalam dari kelompok mahasiswa mengenai topik penelitian. Angket atau kuesioner digunakan sebagai instrumen utama pada tahap kuantitatif. Angket yang digunakan adalah jenis angket tertutup, disusun dengan skala Likert lima tingkat dari "Sangat Setuju" hingga "Tidak Setuju", untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian. Dokumentasi digunakan sebagai pelengkap, meliputi catatan kegiatan FGD, foto, atau dokumen lain yang relevan sebagai data pendukung.

Definisi operasional dalam penelitian ini difokuskan pada variabel keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Variabel ini diukur melalui beberapa indikator, antara lain identifikasi keputusan, pengumpulan informasi alternatif, analisis informasi, evaluasi pilihan, dan penentuan keputusan akhir. Semua indikator ini dijabarkan dalam item-item angket dengan skala Likert.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap, dimulai dengan analisis data kualitatif dari hasil FGD untuk mengidentifikasi indikator-indikator awal. Indikator ini kemudian dikembangkan menjadi instrumen kuantitatif. Selanjutnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan setiap item dengan skor total, dan dinyatakan valid jika koefisien korelasi $\geq 0,30$. Uji reliabilitas dilakukan dengan teknik Cronbach's Alpha menggunakan bantuan software SPSS versi 26.0, dan suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai $\alpha \geq 0,60$.

Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, dilakukan analisis faktor eksploratori (Exploratory Factor Analysis) untuk mereduksi data dan mengelompokkan item menjadi beberapa faktor utama. Analisis ini diawali dengan menguji kelayakan data melalui Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) dan Barlett's Test, serta pengukuran Measure of Sampling Adequacy (MSA). Ekstraksi faktor dilakukan dengan metode Principal Component Analysis dan rotasi faktor menggunakan metode Varimax. Tahap akhir analisis data adalah regresi linier berganda yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan dan parsial. Rumus regresi yang digunakan adalah $Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \dots + e$, di mana Y adalah variabel dependen dan X_1, X_2, \dots adalah variabel independen. Hasil analisis ini akan menunjukkan seberapa kuat hubungan antar variabel, dengan interpretasi nilai koefisien korelasi berdasarkan interval yang ditetapkan oleh Sugiyono (2016).

3. Hasil dan Diskusi

Uji Kelayakan Instrumen

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrumen keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Untuk menentukan apakah suatu instrumen dapat dikatakan valid dan reliabel maka dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Adapun pengujian tersebut diuraikan sebagai berikut.

a. Uji Validitas

Berikut hasil uji validitas dengan rumus korelasi *Pearson Correlation* yang tersaji pada tabel 2 berikut

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

No	Pernyataan	Nilai Korelasi	Keterangan
1	Saya memilih untuk melanjutkan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unismuh Makassar karena dianggap mampu menjawab kebutuhan pribadi saya.	0,653	Valid
2	Sebelum memulai pendidikan, saya secara proaktif menggali informasi mendalam mengenai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unismuh Makassar.	0,655	Valid
3	Reputasi dan jaminan kualitas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unismuh Makassar membuat calon mahasiswa merasa yakin, sehingga tidak merasa perlu mempertimbangkan fakultas lain.	0,704	Valid
4	Salah satu alasan memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unismuh Makassar adalah karena durasi masa studi yang relatif singkat.	0,752	Valid
5	Program studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unismuh Makassar sejalan dengan ketertarikan dan minat para calon mahasiswa.	0,576	Valid
6	Calon mahasiswa merasa yakin bahwa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unismuh Makassar merupakan pilihan terbaik, dan mereka merasa puas dengan pengalaman perkuliahan di sana.	0,632	Valid

Item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai korelasi yang diperoleh dari output SPSS 26 lebih besar daripada atau sama dengan nilai ketetapan (0.30). Berdasarkan tabel 4.3 terlihat bahwa masing-masing pernyataan pada instrumen penelitian sudah valid, hal ini terlihat dari *corrected item total corelation* yang lebih besar dari R standar. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian sudah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas hanya dapat dilakukan setelah suatu instrumen telah dipastikan validitasnya.

Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai R Standar	<i>N of items</i>	Keterangan
,743	0,60	6	Reliabel

Dari tabel 3 dapat dilihat bahwa uji reliabilitas *Cronbach Alpha* memiliki nilai lebih dari 0,60 yaitu 0,743. Jadi dapat disimpulkan bahwa kuesioner sudah reliabel.

Hasil Penelitian

Analisis Faktor

Analisis faktor merupakan suatu metode statistik yang bertujuan untuk mengidentifikasi sejumlah faktor yang dapat menjelaskan keterkaitan atau korelasi antar berbagai indikator independen yang diamati (Widarjono, 2010, hlm. 235). Karena faktor-faktor atau indikator belum ditentukan sebelumnya, metode ini tergolong ke dalam jenis analisis faktor eksploratori. Exploratory Factor Analysis (EFA) merupakan pendekatan di mana jumlah faktor tidak ditetapkan sejak awal, melainkan ditemukan melalui proses analisis untuk menjelaskan variasi dalam kumpulan data asli (Sijintak, JR, & Sugiarto, 2006).

a. Menghitung korelasi antara indikator yang di observasi

Pada tahap awal, peneliti bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan penggunaan analisis faktor dalam penelitian ini. Evaluasi tersebut dilakukan melalui pengujian Keiser-Meyer-Olkin (KMO) dan Bartlett's Test of Sphericity, yang digunakan untuk menilai tingkat signifikansi kesalahan.

Suatu penelitian dianggap layak menggunakan analisis faktor apabila nilai KMO melebihi 0,50 dan tingkat signifikansinya berada di bawah 0,05. Jika kriteria tersebut terpenuhi, maka dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya, yakni menguji independensi antar variabel dalam matriks korelasi. Pada tahap ini, data yang tersedia dianalisis dengan bantuan perangkat lunak komputer. Tingkat korelasi antar variabel diamati melalui tabel anti-image matrices, di mana hanya variabel dengan nilai di atas 0,5 yang dapat dipertahankan untuk analisis lanjutan. Sebaliknya, variabel dengan nilai di bawah 0,5 akan dieliminasi dari proses analisis selanjutnya. Hasil pengujian KMO dan Bartlett's Test of Sphericity disajikan dalam Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Hasil Perhitungan KMO and Barlett's Test

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy</i>		,807
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	408,971
	Df	15
	Sig.	,000

Berdasarkan Tabel 4, nilai KMO dan Bartlett's Test menunjukkan angka sebesar 0,807 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00. Karena nilai tersebut melebihi ambang batas 0,5 dan signifikansinya jauh lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$), maka data yang tersedia layak untuk dianalisis menggunakan metode analisis faktor. Selain itu, pada tahap awal ini, tidak hanya hasil KMO dan Bartlett's Test yang perlu diperhatikan, tetapi juga nilai MSA (Measure of Sampling Adequacy). Di bawah ini disajikan hasil MSA dari penelitian yang telah dilakukan.

Tabel 5. Hasil Pengujian MSA (Measure of Sampling Adequacy)

No	Pernyataan	Nilai MSA
1	X1	,825
2	X2	,767
3	X3	,813
4	X4	,891
5	X5	,799
6	X6	,790
7	X7	,786
8	X8	,767
9	X9	,836
10	X10	,895
11	X11	,844
12	X12	,878
13	X13	,897
14	X14	,834
15	X15	,813
16	X16	,803
17	X17	,822
18	X18	,860
19	X19	,916
20	X20	,813
21	X21	,785
22	X22	,875
23	X23	,863

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa semua pernyataan mempunyai nilai korelasi diatas 0,5. Oleh sebab itu, semua pernyataan diatas layak dianalisis lebih lanjut.

b. Ekstraksi Faktor

Analisis berikutnya adalah menentukan jumlah faktor yang diperlukan untuk mewakili data. Pada tahap ini, akan diketahui sejumlah faktor yang layak mewakili seperangkat variabel yang dianalisis

dengan melihat dari besarnya nilai *eigenvalue* serta presentase varian total. Ditahap ini menggunakan teknik PCA (*Principal Component Analysis*) untuk memudahkan peneliti memilih faktor inti yang dapat mewakili sekelompok variabel. Faktor inti yang dipakai adalah yang mempunyai nilai *eigenvalue* minimal sama dengan 1,00. Hasil analisis dari tahapan ini dapat dilihat pada tabel 6 sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Total Variance Explained

<i>Total Variance Explained</i>						
<i>Component</i>	<i>Initial Eigenvalues</i>			<i>Extraction Sums of Squared Loadings</i>		
	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>
1	5,572	24,225	24,225	5,572	24,225	24,225
2	2,350	10,219	34,444	2,350	10,219	34,444
3	1,751	7,614	42,058	1,751	7,614	42,058
4	1,332	5,790	47,848	1,332	5,79	47,848
5	1,062	4,619	52,467	1,062	4,619	52,467
6	0,953	4,144	56,611			
7	0,932	4,050	60,661			
8	0,832	3,616	64,278			
9	0,820	3,565	67,842			
10	0,789	3,429	71,272			
11	0,779	3,388	74,660			
12	0,711	3,089	77,749			
13	0,674	2,932	80,681			
14	0,644	2,800	83,481			
15	0,585	2,544	86,025			
16	0,509	2,214	88,239			
17	0,482	2,094	90,333			
18	0,457	1,988	92,321			
19	0,421	1,832	94,153			
20	0,402	1,747	95,901			
21	0,360	1,566	97,467			
22	0,299	1,302	98,769			
23	0,283	1,231	100			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, dalam proses penentuan jumlah faktor yang terbentuk, digunakan acuan nilai *eigenvalue*. Suatu faktor dianggap signifikan jika memiliki nilai *eigenvalue* lebih dari 1. Bila nilainya kurang dari 1, maka faktor tersebut tidak lagi dipertimbangkan dalam pembentukan. Berdasarkan Tabel 4.8, diketahui bahwa terdapat lima faktor yang terbentuk karena kelima faktor pertama memiliki nilai *eigenvalue* di atas 1, dengan nilai terakhir (faktor kelima) sebesar 1,062. Sementara itu, faktor keenam menunjukkan nilai di bawah 1, yakni 0,953, yang menandakan proses ekstraksi berhenti pada lima faktor. Hingga tahap ini, sebanyak dua puluh tiga indikator yang dianalisis berhasil diklasifikasikan ke dalam lima kelompok faktor. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan indikator-indikator tertentu untuk membentuk kelompok berdasarkan karakteristik variabel yang serupa.

Penentuan jumlah faktor dalam analisis ini juga merujuk pada nilai proporsi kumulatif. Apabila nilai kumulatif tersebut melebihi angka 50%, maka komponen yang bersangkutan dapat dipertimbangkan sebagai faktor utama. Dalam konteks penelitian ini, terdapat lima komponen utama yang masing-masing memiliki proporsi kumulatif di atas ambang batas tersebut. Oleh karena itu, kelima komponen tersebut dinilai mampu merepresentasikan informasi secara signifikan dari seluruh indikator yang dianalisis.

Faktor pertama mampu menjelaskan sebesar 24,225% dari total variasi data, diikuti oleh faktor kedua sebesar 10,219%, faktor ketiga 7,614%, faktor keempat 5,790%, dan faktor kelima menjelaskan 4,619%. Secara keseluruhan, kelima faktor tersebut berkontribusi sebesar 52,467% terhadap total varians dalam data penelitian.

Langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi indikator-indikator yang dominan pada masing-masing faktor. Informasi ini dapat diperoleh dari Tabel 7, yaitu Component Matrix, yang menunjukkan distribusi setiap indikator terhadap lima faktor yang terbentuk. Component Matrix menyajikan besaran loading faktor yang menjadi acuan dalam menentukan indikator masuk ke dalam faktor tertentu, berdasarkan nilai bobot tertinggi yang dimiliki pada masing-masing faktor.

Tabel 7. Hasil Uji Component Matrix

Component Matrix^a					
	Component				
	1	2	3	4	5
X1	0,333	0,298	0,394	0,111	0,08
X2	0,391	-0,090	0,389	0,288	0,208
X3	0,362	0,291	0,326	0,285	0,111
X4	0,419	0,187	0,033	-0,093	-0,494
X5	0,371	-0,083	0,408	-0,042	-0,395
X6	0,566	-0,248	0,419	-0,115	-0,261
X7	0,527	-0,337	0,363	-0,274	-0,08
X8	0,343	0,251	0,427	-0,076	0,111
X9	0,429	0,121	0,261	-0,275	0,469
X10	0,568	0,260	-0,169	-0,205	0,209
X11	0,618	0,263	-0,294	-0,352	0,131
X12	0,519	0,345	-0,265	-0,186	0,169
X13	0,646	-0,061	-0,079	-0,322	-0,102
X14	0,558	-0,157	-0,198	-0,373	-0,111
X15	0,429	-0,579	-0,153	0,216	0,117
X16	0,351	-0,627	0,025	0,174	0,248
X17	0,560	-0,526	-0,269	0,088	0,072
X18	0,503	-0,413	-0,172	0,124	0,015
X19	0,554	-0,029	-0,169	0,200	-0,189
X20	0,553	0,240	-0,378	0,231	-0,044
X21	0,502	0,355	-0,272	0,398	-0,236
X22	0,501	0,474	0,005	0,212	0,057
X23	0,522	0,073	0,104	0,368	0,057

c. Rotasi Faktor

Pada tahap awal, proses ekstraksi masih mengalami kesulitan dalam mengidentifikasi item-item dominan dalam setiap faktor karena nilai korelasinya yang relatif serupa. Untuk mengatasi permasalahan ini, dilakukan teknik rotasi guna memberikan gambaran distribusi variabel yang lebih jelas dan terstruktur. Tabel berikut menyajikan hasil rotasi yang bertujuan memperjelas penempatan masing-masing variabel pada faktor tertentu.

Tabel 8. Hasil Rotated Component Matrix

Rotated Component Matrix^a					
	Component				
	1	2	3	4	5
X1	-0,100	0,090	0,116	0,563	0,159
X2	0,315	-0,054	0,042	0,570	0,104

X3	-0,016	0,030	0,243	0,593	0,062
X4	-0,111	0,175	0,376	0,007	0,530
X5	0,059	-0,059	0,081	0,220	0,638
X6	0,292	0,087	-0,005	0,283	0,683
X7	0,357	0,216	-0,197	0,227	0,583
X8	-0,105	0,198	-0,033	0,528	0,226
X9	0,101	0,504	-0,236	0,491	0,025
X10	0,078	0,643	0,204	0,205	0,029
X11	0,061	0,782	0,226	0,059	0,098
X12	-0,001	0,650	0,285	0,136	-0,027
X13	0,246	0,537	0,130	0,028	0,418
X14	0,286	0,531	0,081	-0,138	0,372
X15	0,768	0,030	0,093	-0,006	0,062
X16	0,763	-0,021	-0,111	0,113	0,039
X17	0,759	0,224	0,161	-0,079	0,129
X18	0,623	0,150	0,184	-0,011	0,155
X19	0,310	0,174	0,480	0,070	0,224
X20	0,175	0,350	0,633	0,081	-0,030
X21	0,039	0,153	0,786	0,144	0,053
X22	-0,079	0,300	0,487	0,436	0,007
X23	0,276	0,066	0,388	0,436	0,082

Penelitian ini menggunakan metode varimax dalam proses rotasi. Teknik rotasi varimax bertujuan agar setiap item hanya memiliki korelasi yang signifikan terhadap satu faktor utama. Hal ini dicapai dengan mengarahkan nilai korelasi item mendekati angka absolut 1 atau 0 pada masing-masing faktor, sehingga memudahkan dalam mengidentifikasi item yang paling berkontribusi terhadap suatu faktor. Sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 4.10 setelah rotasi dilakukan, identifikasi faktor-faktor menjadi lebih jelas, baik itu faktor pertama, kedua, ketiga, hingga faktor kelima. Berdasarkan hasil dalam tabel tersebut, dapat diuraikan distribusi masing-masing faktor sebagai berikut:

1. Faktor 1 : Terdiri atas empat indikator antara lain indikator keluarga dengan nilai *loading* 0,768, indikator keinginan orang tua dengan nilai *loading* 0,763, indikator saran alumni dengan nilai *loading* 0,759 dan indikator masyarakat lingkungan dengan nilai *loading* 0,623. Faktor pertama ini, peneliti memberi nama variabel keluarga dengan nilai *loading* terbesar yaitu 0,768.
2. Faktor 2 : Terdiri atas enam indikator antara lain indikator Kuliah Kerja Profesi (KKP) jangka waktunya lebih singkat dengan nilai *loading* 0,504, indikator lulusan yang memiliki tingkat penghasilan yang cenderung tinggi dengan nilai *loading* 0,643, indikator karier dan masa depan lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unismuh Makassar lebih menjanjikan dibanding lulusan dari Fakultas lain dengan nilai *loading* 0,782, indikator lowongan pekerjaan bagi lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unismuh Makassar sangat banyak berdasarkan informasi yang diperoleh dari internet, dll dengan nilai *loading* 0,650, indikator lingkungan dimana peminat tinggal / bersosialisasi banyak yang memilih fakultas tersebut dengan nilai *loading* sebesar 0,537 dan indikator lingkungan peminat menganggap Fakultas Ekonomi dan Bisnis lebih bergengsi dibanding fakultas lain dengan nilai *loading* 0,531. Faktor kedua ini, peneliti memberi nama variabel kesempatan kerja dengan nilai *loading* terbesar yaitu 0,782.
3. Faktor 3 : Terdiri atas empat indikator antara lain indikator sarana dan prasarana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unismuh Makassar sangat lengkap dengan nilai *loading* 0,480, indikator persepsi dengan nilai *loading* 0,633, indikator persepsi peminat tentang fakultas tersebut sesuai dengan cita-citanya dengan nilai *loading* 0,786, indikator menjadi harapan dalam berkarir dengan nilai *loading* 0,487. Faktor ketiga ini, peneliti memberi nama variabel pribadi dengan nilai *loading* terbesar yaitu 0,786
4. Faktor 4 : Terdiri atas lima indikator antara lain indikator faktor status akreditasi dengan nilai *loading* 0,563, indikator biaya kuliah dengan nilai *loading* 0,570, indikator pembayaran SPP tidak membebani mahasiswa, pembayarannya yang dapat dicicil dengan nilai *loading* 0,593,

indikator pelayanan *one day service* pada saat pendaftaran dengan nilai *loading* 0,528, dan indikator kemampuan peminat dan orang tua dalam membayar biaya kuliah dengan nilai *loading* 0,436. Faktor keempat ini, peneliti memberi nama variabel biaya pendidikan dengan nilai *loading* terbesar yaitu 0,593.

5. Faktor 5 : Terdiri atas empat indikator antara lain indikator informasi melalui billboard dan spanduk dengan nilai *loading* 0,530, indikator informasi dari teman yang sedang kuliah di Fakultas tersebut dengan nilai *loading* 0,638, indikator dekat dengan pemukiman masyarakat/kost dengan nilai *loading* 0,683 dan indikator tempat tinggal dengan nilai *loading* 0,583. Faktor kelima ini, peneliti memberi nama variabel lokasi dengan nilai *loading* terbesar yaitu 0,683.

Berdasarkan hasil pemaparan, dapat disimpulkan bahwa terdapat lima faktor utama yang terbentuk, dengan penamaan masing-masing faktor didasarkan pada indikator yang memiliki nilai koefisien *loading* tertinggi. Kelima faktor tersebut meliputi: pertama, faktor keluarga (X15) yang memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 5,572 dan kontribusi varian sebesar 24,225%, terdiri atas empat indikator; kedua, faktor kesempatan kerja (X11) dengan nilai *eigenvalue* 2,350 dan varian 10,350%, terdiri dari enam indikator; ketiga, faktor pribadi (X21) yang mencatatkan *eigenvalue* sebesar 1,751 dan varian 7,614%, dengan empat indikator penyusun; keempat, faktor biaya pendidikan (X3) dengan nilai *eigenvalue* 1,332 dan kontribusi varian 5,790%, terdiri atas lima indikator; dan kelima, faktor lokasi (X6) yang memiliki *eigenvalue* sebesar 1,062 dan varian 4,619%, terdiri dari empat indikator.

Selain lima faktor utama tersebut, sejumlah indikator lainnya seperti X1, X2, X4, X5, X7, X8, X9, X10, X12, X13, X14, X16, X17, X18, X19, X20, X22, dan X23 juga turut memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, meskipun dengan persentase pengaruh yang lebih kecil. Total kontribusi kelima faktor utama terhadap keputusan mahasiswa tersebut mencapai 52,467%, yang memenuhi ambang batas minimum varian sebesar 0,6. Dengan demikian, nilai varian sebesar 52,467% tersebut menunjukkan bahwa faktor-faktor ini merupakan determinan utama dalam pengambilan keputusan mahasiswa, sementara sisanya, yakni 47,533%, berasal dari faktor-faktor lain di luar lima faktor utama tersebut.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah suatu analisis untuk melihat sejauh mana variabel yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, maka digunakan persamaan regresi berganda dengan menggunakan program komputerisasi SPSS versi 26. Adapun hasil perhitungan program SPSS tersebut dapat dirangkum pada tabel 9 berikut ini :

Tabel 9. Hasil Perhitungan Regresi

Variabel Bebas	Variabel Terikat	Koefisien Regresi	Beta	T Hitung	Signifikan
(Constan)	Keputusan Mahasiswa	1,979E-16			
Keluarga	Keputusan Mahasiswa	,239	,239	7,361	,000
Kesempatan Kerja	Keputusan Mahasiswa	,483	,483	14,868	,000
Pribadi	Keputusan Mahasiswa	,456	,456	14,041	,000
Biaya Pendidikan	Keputusan Mahasiswa	,302	,302	9,307	,000
Lokasi	Keputusan Mahasiswa	,176	,176	5,414	,000
Signifikan dengan tingkat kepercayaan 95 % F Hitung = 117,667 R = ,788 R ² = ,621					

Untuk melihat sejauh mana pengaruh secara parsial kelima variabel terhadap keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, maka persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,979E-16 + 0,239X1 + 0,483X2 + 0,456X3 + 0,302X4 + 0,176X5 + e$$

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat diinterpretasikan bahwa nilai konstanta dalam model regresi adalah 1,979E-16. Sementara itu, besarnya koefisien regresi untuk masing-masing variabel bebas terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar (Y) adalah sebagai berikut: faktor keluarga (X1) sebesar 0,239; faktor kesempatan kerja (X2) sebesar 0,483; faktor pribadi (X3) sebesar 0,456; faktor biaya (X4) sebesar 0,302; dan faktor lokasi (X5) sebesar 0,176. Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,788 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara seluruh faktor tersebut dengan keputusan mahasiswa, karena nilai r mendekati angka 1. Adapun nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,621 mengindikasikan bahwa 62,1% variasi dalam pengambilan keputusan mahasiswa dipengaruhi oleh kelima faktor tersebut, sedangkan sisanya sebesar 37,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Faktor Keluarga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Berdasarkan hasil analisis faktor, maka faktor pertama diberi nama variabel keluarga dengan varian sebesar 24,225%. Penamaan ini didasarkan pada nilai *loading* tertinggi dari indikator. variabel ini terdiri dari empat indikator yaitu : keluarga, keinginan orang tua, saran alumni, dan masyarakat lingkungan.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang ditampilkan dalam Tabel 9, diketahui bahwa faktor keluarga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Makassar. Artinya, semakin erat hubungan kekeluargaan antara pihak universitas dengan lingkungan keluarga besar Muhammadiyah, maka semakin besar pula kemungkinan mahasiswa akan memilih fakultas tersebut sebagai tempat studinya.

Melalui pelaksanaan Focus Group Discussion (FGD), ditemukan berbagai alasan yang melatarbelakangi pilihan mahasiswa. Salah satu peserta menyatakan, “Saya memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar karena kedua orang tua saya berasal dari latar belakang Muhammadiyah dan merupakan kader aktif organisasi tersebut. Bahkan, saya mendapat rekomendasi langsung dari pimpinan Muhammadiyah di daerah untuk melanjutkan studi di fakultas ini.”

Hasil ini sejalan dengan temuan Saputro (2017) yang mengungkapkan bahwa keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Pendidikan Matematika dipengaruhi oleh sejumlah faktor seperti keluarga, teman sebaya, kepribadian individu, latar belakang sekolah, citra perguruan tinggi, serta prospek kerja ke depan. Selain itu, penelitian oleh Wiliana (2018) juga menunjukkan bahwa terdapat dua kategori utama yang memengaruhi pemilihan program studi di Fakultas Ilmu Kesehatan UMT, yaitu faktor internal (meliputi lokasi, biaya, layanan, fasilitas fisik, dan promosi) serta faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, penghasilan keluarga, dan motivasi pribadi.

Fakta di tempat penelitian menunjukkan bahwa banyak kalangan mahasiswa masuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis karena dorongan orang tua yang merupakan pengurus atau simpatisan Muhammadiyah ataupun orang tuanya alumni Universitas Muhammadiyah Makassar. Keluarga merupakan organisasi pembelian masyarakat tempat konsumen berada yang paling penting dan keluarga telah diteliti secara luas. Anggota keluarga memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap perilaku konsumen. Peranan orang tua juga sangat besar dalam mendorong dan mempengaruhi minat untuk memilih jenjang pendidikan termasuk fakultas dan jurusan yang akan diambil. Kita menyadari bahwa orang tua yang berpendidikan rendah justru tidak akan banyak memberikan arahan, kecuali dorongan moral dan finansial.

2. Pengaruh Faktor Kesempatan Kerja Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

kesempatan kerja dengan varian sebesar 10,350%. Penamaan ini didasarkan pada nilai *loading* tertinggi dari indikator. Variabel ini terdiri dari enam indikator yaitu : Kuliah Kerja Profesi (KKP) jangka waktunya lebih singkat, lulusan yang memiliki tingkat penghasilan yang cenderung tinggi, karier dan masa depan lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unismuh Makassar lebih menjanjikan dibanding lulusan dari Fakultas lain, lowongan pekerjaan bagi lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar sangat banyak berdasarkan informasi yang diperoleh dari internet, dan lain-lain, lingkungan dimana peminat tinggal / bersosialisasi banyak yang memilih fakultas tersebut, dan lingkungan peminat menganggap Fakultas Ekonomi dan Bisnis lebih bergengsi dibanding fakultas lain.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang ditampilkan dalam Tabel 9, diketahui bahwa variabel kesempatan kerja memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Makassar. Artinya, semakin besar peluang kerja yang tersedia di masa depan, maka semakin besar pula kecenderungan mahasiswa untuk memilih fakultas tersebut sebagai tempat melanjutkan pendidikan tinggi mereka.

Temuan dari Focus Group Discussion (FGD) turut memperkuat hasil tersebut. Beberapa mahasiswa menyampaikan alasan mereka memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Salah satu peserta menyatakan, “Saya memutuskan untuk kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis karena mendapatkan informasi dari stakeholder, keluarga, dan alumni bahwa lulusan dari fakultas ini memiliki prospek kerja yang luas, baik di sektor swasta, pemerintahan, maupun dengan membuka usaha sendiri. Hal itu menjadi motivasi utama saya memilih jurusan ini.”

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Saputro (2017), yang mengidentifikasi bahwa prospek pekerjaan menjadi faktor dominan dalam mempengaruhi pilihan program studi mahasiswa. Penelitian lain oleh Rudhumbu (2017) juga menunjukkan bahwa prospek kerja lulusan sangat menentukan keputusan siswa dalam memilih Botho University sebagai institusi pendidikan tinggi mereka. Namun demikian, penelitian Maharani et al. (2018) menunjukkan hasil yang berbeda, yakni bahwa ketersediaan lapangan kerja tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan jurusan oleh mahasiswa.

Fakta di tempat penelitian menunjukkan bahwa banyak kalangan mahasiswa masuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis karena dari berbagai informasi yang di dapat baik dari media cetak, elektronik, alumni dan pimpinan perusahaan yang mempekerjakan alumni bahwa kesempatan kerja bagi alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis sangat terbuka luas baik di perusahaan maupun instansi pemerintahan. Kesempatan kerja adalah keadaan yang menggambarkan jumlah ataupun ketersediaan lowongan pekerjaan yang dapat dimanfaatkan oleh para pencari kerja. Sederhananya, meski umumnya pilihan karier yang utama bagi lulusan ilmu ekonomi biasanya di sektor keuangan namun pada dasarnya banyak potensi yang bisa dikembangkan baik pada sektor fiskal maupun moneter serta kesempatan kerja bagi alumni fakultas ekonomi sangat terbuka luas sesuai potensi yang dimiliki alumni.

3. Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Berdasarkan hasil analisis faktor, maka faktor ketiga diberi nama variabel pribadi dengan varian sebesar 7,614% Penamaan ini didasarkan pada nilai *loading* tertinggi dari indikator. Variabel ini terdiri dari empat indikator yaitu : sarana dan prasarana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar sangat lengkap, persepsi yang baik tentang fakultas tersebut dengan nilai *loading*, persepsi peminat tentang fakultas tersebut sesuai dengan cita-citanya, dan menjadi harapan dalam berkarir.

Hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 9 menunjukkan bahwa faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Hal ini berarti bahwa dengan semakin meningkat tingkat kepribadian mengenai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, maka akan semakin mendorong keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar juga akan lebih meningkat.

Hasil *Focus Group Discussion* (FGD) diperoleh beberapa alasan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, diantaranya menyatakan bahwa “Alasan saya memilih

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar karena saya berpikir bahwa kuliah di Fakultas Ekonomi itu merupakan *trend*, kebanggaan tersendiri bagi anak muda sekarang ini khususnya saya sendiri menganggap bahwa kuliah di Fakultas Ekonomi itu sesuatu hal yang bergensi.”

Temuan hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Wiliana (2018), Sidin, Hussin & Soon (2003). Hasil yang berbeda ditunjukkan Martini (2018) dalam penelitiannya, bahwa faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi.

Fakta di tempat penelitian menunjukkan bahwa banyak kalangan mahasiswa masuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis karena faktor pribadi yaitu ingin melanjutkan pendidikan karena sarana dan prasarana yang baik maupun persepsi bahwa Fakultas Ekonomi dan Bisnis merupakan fakultas yang sangat sesuai dengan cita-citanya, dan menjadi harapan dalam berkarir ketika menjadi alumni. Faktor pribadi adalah pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian di ekspresikan dalam suatu tindakan, meliputi usia, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai. Faktor pribadi didefinisikan juga sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya. Keputusan memilih seseorang dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yang unik dari masing-masing individu

4. Pengaruh Faktor Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Berdasarkan hasil analisis faktor, maka faktor keempat diberi nama variabel biaya pendidikan dengan varian sebesar 5,790%. Penamaan ini didasarkan pada nilai *loading* tertinggi dari indikator. Variabel keempat ini terdiri dari lima indikator yaitu : status akreditasi, biaya kuliah, pembayaran SPP tidak membebani mahasiswa (pembayarannya yang dapat dicicil), pelayanan *one day service* pada saat pendaftaran, kemampuan peminat dan orang tua dalam membayar biaya kuliah.

Hasil analisis regresi linier berganda yang disajikan pada Tabel 9 memperlihatkan bahwa variabel biaya pendidikan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Makassar. Artinya, semakin terjangkau biaya pendidikan yang ditawarkan, semakin besar pula kemungkinan mahasiswa memilih fakultas tersebut sebagai tempat studi mereka.

Melalui diskusi kelompok terfokus (Focus Group Discussion/FGD), terungkap sejumlah alasan yang melatarbelakangi pilihan mahasiswa terhadap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Salah satu peserta FGD menyatakan bahwa ia memilih fakultas tersebut karena biaya pendaftarannya relatif murah, begitu pula dengan biaya per semester yang dinilai lebih ekonomis dibandingkan fakultas lain. Selain itu, adanya skema pembayaran SPP dua tahap juga menjadi faktor pendukung dalam pengambilan keputusan.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abubakar (2017), Wiliana (2018), Islam & Shoron (2019), Ming (2010), dan Hidayat (2018), yang menyimpulkan bahwa biaya pendidikan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta, khususnya di wilayah Medan. Sebaliknya, hasil berbeda ditemukan oleh Elisnovi (2015) yang menyatakan bahwa biaya pendidikan tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa internasional dalam memilih UIN Suska Riau sebagai institusi pendidikan mereka.

Dari hasil penelitian di lapangan, diketahui bahwa banyak mahasiswa yang memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar karena adanya kebijakan keringanan pembayaran SPP sebesar 50%. Kebijakan ini dinilai sangat membantu meringankan beban finansial dan menjadi salah satu alasan kuat bagi mahasiswa untuk melanjutkan pendidikan. Jika dibandingkan dengan perguruan tinggi swasta lainnya, biaya pendidikan di fakultas ini dianggap lebih terjangkau. Biaya pendidikan sendiri merupakan aspek esensial dalam proses penyelenggaraan pendidikan. Tanpa dana yang cukup, kegiatan pembelajaran tidak dapat berjalan secara efektif. Oleh karena itu, lembaga pendidikan dituntut untuk memiliki strategi pengelolaan keuangan yang efisien agar kegiatan akademik dapat terus berlangsung, sekaligus menjaga aksesibilitas pendidikan bagi seluruh lapisan masyarakat, termasuk mereka yang berasal dari keluarga kurang mampu.

5. Pengaruh Faktor Lokasi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Berdasarkan hasil analisis faktor, maka faktor kelima diberi nama variabel lokasi dengan varian sebesar 4,619%. Penamaan ini didasarkan pada nilai *loading* tertinggi dari indikator. Variabel lokasi ini terdiri dari empat indikator yaitu : informasi melalui *billboard* dan spanduk, informasi dari teman yang sedang kuliah di Fakultas tersebut, dekat dengan pemukiman masyarakat/kost, dan tempat tinggal.

Hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 9 menunjukkan bahwa faktor lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Hal ini berarti bahwa dengan semakin strategis lokasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, maka akan semakin mendorong keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar juga akan lebih meningkat.

Hasil *Focus Group Discussion* (FGD) diperoleh beberapa alasan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, diantaranya menyatakan bahwa “Alasan saya memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis yaitu mempunyai lokasi yang sangat strategis. Selain karena dekat dengan rumah keluarga, sekitaran kampus Universitas Muhammadiyah Makassar juga sangat banyak kost-kostan ataupun kontrakan.”

Temuan hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Patulak (2011), Syardiansyah (2017), Wiliana (2018), Ming (2010), Islam & Shoron (2019) bahwa jarak universitas dari rumah siswa berperan penting dalam proses pemilihan universitas.

Fakta penelitian menunjukkan bahwa banyak di kalangan mahasiswa masuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar karena lokasi yang mudah dijangkau dan dekat dengan pemukiman masyarakat, masjid, kos-kosan dan tempat perbelanjaan dan juga dapat dijangkau dengan transportasi umum dan pribadi. Lokasi berpengaruh secara nyata terhadap pilihan mahasiswa. Pada umumnya mahasiswa menyukai tempat yang mudah dicapai oleh kendaraan umum untuk memberikan kemudahan serta letaknya yang strategis. Lokasi merupakan tempat pemasaran yang melibatkan aktivitas untuk menciptakan, memelihara atau mengubah sikap dan perilaku terhadap tempat tertentu.

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi pilihan mahasiswa dalam menentukan Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Makassar. Berdasarkan temuan penelitian, diperoleh lima variabel utama yang memengaruhi keputusan tersebut, yakni faktor keluarga, prospek peluang kerja, pertimbangan pribadi, biaya pendidikan, serta letak geografis kampus. Keseluruhan variabel ini terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih fakultas tersebut.

Referensi

1. A.P, I. L. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Akademik terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar. Skripsi. Universitas Hasanuddin.
2. Abubakar, I. N. (2017). Factors Affecting Students' Choice Of Programmes In The Faculty Of Renewable Natural Resources Of The University For Development Studies, Nyankpala Campus – Ghana. *International Journal of Economics, Commerce and Management United Kingdom*, Vol. V(Issue 12), 199 ISSN 2348-0386.
3. Agrey, L., & Lampadan, N. (2014). Determinant Factors Contributing to Student Choice in Selecting a University. *Journal of Education and Human Developmen*, Vol. 3(2).
4. Alma, B. (2008). *Guru Profesional Menguasai Metode dan Terampil Mengajar*. Bandung: Alfabeta.
5. Apriastanti, S. P. (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berlatar Belakang IPA Dalam Memilih S1 Akuntansi Di STIE Perbanas Surabaya. Skripsi STIE Perbanas Surabaya.
6. Artini, I. A., Kirya, I. K., & Suwendra, I. W. (2014). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Jurusan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha Sebagai Tempat Kuliah. *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, 2 Tahun 2014.
7. Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta.
8. Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
9. Christopher, L., Wirtz, J., & Mussry, J. (2011). *Pemasaran Jasa edisi 7*. Jakarta: Erlangga.
10. Eidimtas, A., & Juceviciene, P. (2014). Factors Influencing School-Leavers Decision to Enrol in Higher Education. *Social and Behavioral Sciences*, Vol. 116, 3983-3988.
11. Fahmi, I. (2011). *Analisis Laporan Akuntansi*. Bandung: Alfabeta.
12. Fahmi, I. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
13. Fahmi, I. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.

14. Gaffar, M. F. (2008). *Perencanaan Pendidikan; Teori dan Metodologi*. Jakarta: Dirjen Depdiknas.
15. Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
16. Harahap, S. S. (2015). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*, Edisi 1-10. Jakarta: Rajawali Pers.
17. Hidayat, R. (2018). Factors that affect Students Decision to Choose Private Universities in Medan City Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, Vol. 17(Issue 6), ISSN : 1939-6104.
18. Islam, M. A., & Shoron, N. H. (2019). Factors Influencing Students' Decision Making _in Selecting University in Bangladesh. *Journal of Sosial Science*, Vol. 6(Issue 1), ISSN : 2582-3358.
19. Juliansyah, N. (2013). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
20. Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip Manajemen Edisi 14, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
21. Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
22. Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
23. Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing an Introducing* Prentice Hall twelfth edition. England: Pearson Education, Inc.
24. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Jersey: Pearsin Pretice Hall, Inc.
25. Kreitenr, R., & Kinicki, A. (2014). *Perilaku Organisasi. Edisi 9*. Jakarta: Salemba Empat.
26. Loyola, I. (2013). *Pengaruh Kualitas Layanan Akademik terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
27. Ming, J. S. (2010). Institutional Factors Influencing Students' College Choice Decision in Malaysia: A Conceptual Framework. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 1 No 3.
28. Moorhead, & Griffin, R. W. (2010). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. (D. K. Yahya, Penerj.) Jakarta: Erlangga.
29. Patulak, I. M. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Mahasiswa (Decision Making) Memilih Jurusan Ilmu Komputer Fakultas Mipa Universitas Mulawarman Dengan Menggunakan Software SPSS*. *Jurnal Informatika Mulawarman*, Vol. 6 No. 2.
30. Peter, J. P., & Olshon, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
31. Philip, K., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
32. Pujileksono, S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
33. Rismiati, Catur, & Suratno, B. (2006). *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
34. Rudhumbu, N. (2017). Factors that Influence Undergraduate Students' Choice of a University: A Case of Botho University in Botswana. *International Journal of Learning and Development* ISSN 2164-4063, Vol.7 No. 2.
35. Saputro, M. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi*. *Jurnal Pendidikan Informatika dan Sains*, Vol. 6 No. 1.
36. 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*, Vol. 8 (3), 259-280.
37. Sijintak, JR, T., & Sugiarto. (2006). *LISREL*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
38. Solomon, M. R. (2015). *Consumer Behavior : Buying, Having and Being, 11TH Edition*. New Jersey: Prentice-Hall.
39. Sugiyono. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia.
40. Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RD*. Bandung: Alfabeta.
41. Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.
42. Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
43. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
44. Suharmisi, A. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
45. Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
46. Sunyoto, D. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Cetakan Pertama)*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
47. Supomo, B., & Indriantoro, N. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan Kedua*. Yogyakarta: BFEE UGM.
48. Suryani, W. (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Al Munawaroh Medan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 9.
49. Swedianti, K. (2011). *Partisipasi Masyarakat Dalam Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan (PNPM-MP)*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
50. Syamsi, I. (2000). *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi, Edisi Kedua*. Jakarta: Bumi Aksara.
51. Syardiansyah. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Baru Memilih Program Studi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Samudra. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 6 No. 2.
52. Terry, G. R. (2013). *Dasar-dasar Manajemen*. (G. A. Ticoalu, Penerj.) Bandung: CV. Alfabeta.
53. Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
54. Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan Dengan Excel & SPSS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
55. Wiguna, B. (2012). *Analisis Faktor Mahasiswa Memilih Jurusan Administrasi Negara Pada Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau*. *Skrripsi Jurusan Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru*.
56. Wiliana, E. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Di Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Tangerang. *Jurnal JKFT Universitas Muhammadiyah Tangerang*, Vol. 3, 71-7.
57. Wirtz, J., Christoper, L., & Gummesson, E. (2011). *Pemasaran Jasa (Seventh ed.)*. Erlangga.
58. Yazid. (2008). *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonisia.