

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PEMILIHAN PROGRAM STUDI DENGAN MINAT MAHASISWA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI PERGURUAN TINGGI SWASTA DI JAKARTA

Ade Caswito<sup>1)</sup>, Lisdiana<sup>2)</sup>, Taufik Hidayat<sup>3)</sup>, M. Thufail Abdullah<sup>4)</sup>, Nabila Asyifa Qalbi<sup>5)</sup>

<sup>1,2,3,4,5)</sup> Faculty of Energy Technology and Business, Institut Teknologi PLN, Indonesia

<sup>1)</sup>[ade\\_caswito@itpln.ac.id](mailto:ade_caswito@itpln.ac.id)

### ARTICLE HISTORY

Received:  
November 3, 2025

Revised:  
November 5, 2025

Accepted:  
November 5, 2025

Online available:  
November 28, 2025

**Keywords:**  
Five words, Alphabet

\*Correspondence:  
Name: Ade Caswito  
E-mail: [ade\\_caswito@itpln.ac.id](mailto:ade_caswito@itpln.ac.id)

### Editorial Office

Ambon State Polytechnic  
Center for Research and  
Community Service  
Ir. M. Putuhena Street, Wailela-  
Rumahtiga, Ambon  
Maluku, Indonesia  
Postal Code: 97234

### ABSTRACT

**Introduction:** The mismatch between interests and study program selection remains a challenge at many Private Universities (PTS) in Jakarta. This inaccuracy negatively impacts student enthusiasm for learning, academic achievement, and dropout rates. This study aims to analyze factors influencing the decision to choose a study program (Y), with Student Interest (Z) as an intervening variable. The independent variables used include Facilities and Service Facilities (X1), Education Fees (X2), Marketing Communication (X3), Lecturer Competence (X4), Job Prospects (X5), Self-Motivation (X6), and Family Support (X7)

**Methods:** This study used a quantitative method, distributing questionnaires to 119 students at several private universities in Jakarta, and analyzed the data using multiple regression, classical assumption tests, the Sobel test, and the coefficient of determination (Adjusted  $R^2$ ).

**Results:** The research findings show that Job Prospects (X5), Self-Motivation (X6), and Family Support (X7) impact students' bias in choosing a study program, while other variables do not have a significant effect. The Sobel test indicates that Student Interest (Z) mediates only the influence of Self-Motivation (X6). The research model is valid with  $R^2 = 0.733$  and Adjusted  $R^2 = 0.713$ . These findings confirm the importance of motivation, family support, and job prospects in students' academic decisions.

**Conclusion and suggestion:** Job prospects, self-motivation, and family support significantly influenced the decision to choose a study program, while other factors did not. Student interests did not mediate the effect of self-motivation. Universities need to strengthen career guidance and emphasize job prospects to facilitate informed study decisions.

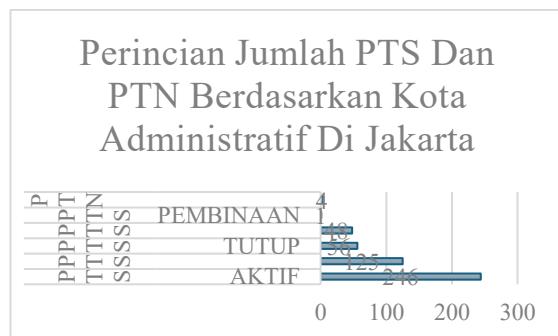
## PENDAHULUAN

Pemilihan program studi merupakan keputusan krusial yang memengaruhi proses pembelajaran, karier, dan kehidupan profesional mahasiswa. Di Jakarta, Perguruan Tinggi Swasta (PTS) berkembang pesat, bersaing menarik mahasiswa baru, namun banyak mahasiswa mengalami ketidaksesuaian antara program studi dengan minat dan bakat mereka, menimbulkan rendahnya motivasi belajar, penurunan prestasi akademik, hingga keinginan pindah jurusan. Fenomena salah jurusan di Indonesia mencapai sekitar 30%, dipicu oleh kurangnya pemahaman jurusan, tekanan orang tua, pengaruh teman, kondisi ekonomi, dan perubahan minat. Mahasiswa yang salah jurusan sering mengalami stres, kegelisahan, penyesalan (Lent, 1985; Ryan et al., 2020; Simon, 2014).

Pemilihan universitas, khususnya Perguruan Tinggi Swasta (PTS), merupakan keputusan penting yang dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal maupun eksternal. Berlandaskan *Theory of Planned Behavior*, preferensi pemilihan program studi terbentuk karena sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Selain itu, *Holland's Theory of Career Choice* (1997) menekankan pentingnya kesesuaian antara minat individu dan karakteristik program studi agar tercapai kepuasan serta motivasi belajar yang optimal.

Menurut *Self-Determination Theory* (Ryan et al., 2020), mahasiswa yang memiliki otonomi dalam memilih jurusan cenderung memiliki motivasi intrinsik dan prestasi akademik lebih baik. Sebaliknya, pemilihan yang didorong faktor eksternal seperti tekanan keluarga atau tren kerja berisiko menurunkan kepuasan dan meningkatkan potensi dropout.

Dari perspektif *Maslow's Hierarchy of Needs* dan *Family System Theory*, dukungan emosional dan finansial keluarga menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan dan prestasi akademik mahasiswa. Tren pendidikan tinggi lima tahun terakhir menunjukkan peningkatan jumlah PTS, terutama di DKI Jakarta, dengan lebih dari 270 PTS tercatat pada 2022 (BPS DKI Jakarta, 2022).



Gambar 1. Jumlah PTS dan Mahasiswa

Berdasarkan Gambar 1.1, meskipun Jakarta Selatan dan Jakarta Timur memiliki jumlah Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang lebih banyak dibanding wilayah lain, Jakarta Selatan menjadi kawasan dengan jumlah mahasiswa tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa faktor daya saing, reputasi, lokasi strategis, serta keberagaman program studi berperan penting dalam menarik minat mahasiswa. Di sisi lain, Jakarta Barat memperlihatkan ketidakseimbangan antara jumlah PTS dan mahasiswa, di mana meskipun jumlah institusinya relatif sedikit, PTS di wilayah tersebut tetap mampu menarik mahasiswa dalam jumlah signifikan. Data juga menunjukkan adanya 56 institusi tidak aktif atau tutup, yang mencerminkan terjadinya "seleksi alam" di dunia pendidikan tinggi, di mana institusi yang tidak mampu memenuhi standar mutu harus menghentikan operasionalnya.

Selain itu, terdapat satu institusi yang masih dalam tahap pembinaan karena belum memenuhi standar operasional atau akademik minimum. Secara keseluruhan, mayoritas perguruan tinggi di Jakarta merupakan PTS, dengan sebagian besar masih aktif meskipun tengah mengalami proses transformasi dan alih kelola. Penutupan sejumlah institusi menjadi perhatian penting sebagai indikator perlunya peningkatan kualitas dan daya saing PTS di wilayah DKI Jakarta.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Manajemen Pemasaran**

Konsep pemasaran merupakan pandangan atau filosofi yang menuntun perusahaan dalam menciptakan produk maupun layanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Strategi yang diterapkan dirancang untuk memenuhi kepuasan pelanggan, meningkatkan keuntungan perusahaan, serta memenangkan persaingan di dunia bisnis. (Rachmat et al., 2022).

#### **Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh seberapa besar usaha yang mereka lakukan dalam memproses informasi, mengambil keputusan, dan menjalankan tindakan. Ada tiga faktor utama yang memengaruhi tingkat usaha konsumen, yaitu: (1) motivasi, (2) kemampuan, dan (3) kesempatan. Selanjutnya, bagaimana ketiga faktor tersebut berperan dalam memengaruhi cara konsumen merespons rangsangan pemasaran. Proses ini dimulai dari tahap pemaparan (exposure), lalu dilanjutkan dengan perhatian (attention), persepsi (perceive), hingga pemahaman terhadap informasi yang diterima. Pemahaman tentang proses ini penting bagi pemasar agar dapat membuat strategi komunikasi yang tepat sasaran dan efektif. (Wayne D. Hoyer, 2023) (Caswito et al., 2024).

#### **Minat**

Minat mahasiswa sendiri terbentuk dari pengalaman sebelumnya. Teori *Self-Determination* dari (Ryan et al., 1985) menekankan bahwa individu yang memiliki otonomi dalam memilih jalur pendidikan cenderung memiliki motivasi intrinsik yang lebih tinggi, yang berkontribusi pada pencapaian akademik yang lebih baik. Dalam kasus pemilihan program studi, jika mahasiswa memilih berdasarkan dorongan eksternal seperti tuntutan orang tua atau tren pasar kerja tanpa mempertimbangkan minat pribadi, maka risiko ketidakpuasan akademik dan dropout menjadi lebih tinggi (Lent, 2021).

#### **Bauran Pemasaran**

Bauran pemasaran yaitu alat ini digunakan oleh corporate untuk tujuan pemasaran. Alat-alat ini dikelompokkan ke dalam empat kategori utama yang dikenal sebagai empat pilar pemasaran, yaitu: 4p, produk, harga, tempat, dan promosi (Kotler, 2000). Keempat elemen ini saling terkait dan harus dikelola secara seimbang agar strategi pemasaran berjalan efektif. Barang dan jasa sebagai cakupan produk yang ditawarkan ke konsumen. Harga mencerminkan nilai tukar yang harus dibayar oleh konsumen. Tempat yang berkaitan dengan produk lalu di distribusikan supaya mudah diakses oleh target pasar. Sementara itu, promosi mencakup berbagai cara untuk mengomunikasikan dan memengaruhi konsumen agar tertarik pada produk tersebut.

#### **Pengambilan Keputusan**

Decision tree adalah alat bantu dalam bidang manajemen maupun kepemimpinan yang digunakan untuk memetakan berbagai alternatif solusi dalam menghadapi suatu permasalahan. (Erfizal Fikri Yusmansyah,2022).

## **METODE**

Dalam penelitian ini yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif untuk menganalisis faktor-faktor eksternal dan internal hasil keputusan mahasiswa untuk memilih program studi yang diyakini dengan minat mahasiswa sebagai variabel intervening. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang akan dibagikan kepada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta diJakarta, kemudian diolah dalam bentuk angka untuk mengukur hubungan antarvariabel.

Analisis data dilakukan melalui dua model regresi: Model1 pengujian pengaruh variabel independen terhadap Minat Mahasiswa (Z), dan Model2 pengujian pengaruh terhadap Keputusan Memilih Program Studi (Y) dengan Z sebagai mediator. Uji hipotesis dilakukan melalui tahapan uji validitas, reliabilitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, normalitas, uji F dan uji t dengan koefisien determinasi ( Adjusted R<sup>2</sup> ), serta uji Sobel sebagai memeriksa efek mediasi dan memastikan model memenuhi asumsi klasik.

Model 1 : Untuk menguji hipotesis H1 sd H7

$$Z = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + b_7 X_7 + e \dots \dots \dots [1]$$

Model 2 : Untuk menguji hipotesis H8 sd H15

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + b_7 X_7 + b_8 Z + e \dots \dots \dots [2]$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Penelitian ini terdapat 119 responden kepada mahasiswa perguruan tinggi swasta dijakarta dan dinyatakan valid dan digunakan sebagai responden penelitian alat analisis menggunakan spss 27.

#### Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Berdasarkan hitungan hasil uji validitas maupun reliabilitas menunjukkan seluruh variabel penelitian valid dan reliabel dengan Cronbach's Alpha = 0,918, menandakan konsistensi tinggi. Dari 119 responden valid, ditemukan bahwa motivasi diri dan dukungan keluarga memiliki korelasi paling kuat terhadap keputusan memilih program studi. Faktor internal (motivasi diri, minat pribadi, dukungan keluarga) berpengaruh lebih besar dibanding faktor eksternal (biaya pendidikan, komunikasi pemasaran, kompetensi dosen), meskipun semua menunjukkan pengaruh signifikan.

#### Hasil Hitungan Uji Asumsi Klasik

Hasil hitungan uji asumsi klasik memperoleh model regresi valid, linear, dan layak digunakan. Tidak terdapat multikolinearitas (Tolerance > 0,10; VIF < 10), heteroskedastisitas (Sig. > 0,05), maupun pelanggaran normalitas (Sig. K-S = 0,200). Uji Ramsey RESET mengonfirmasi linearitas model (F-hitung 59,77 > F-tabel 3,92). Penambahan variabel DFFIT meningkatkan kemampuan model dengan  $R^2$  naik dari 0,680 menjadi 0,794 dan Std. Error turun menjadi 0,073, menunjukkan prediksi yang lebih akurat dan stabil.

#### Hasil Uji Statistik Deskriptif

Bawa hasil dari uji statistik deskriptif membuktikan bahwa seluruh variabel mempunyai rata-rata tinggi pada skala Likert 1–5, menandakan penilaian positif dari responden. Variabel Prospek Kerja (X5) memiliki nilai tertinggi (Mean = 4,55; SD = 0,500), menunjukkan faktor ini paling berpengaruh dalam keputusan memilih program studi. Variabel Motivasi Diri (X6), Dukungan Keluarga (X7), Minat Mahasiswa (Z), dan Keputusan Memilih Program Studi (Y) juga menunjukkan konsistensi persepsi. Sementara itu, Sarana dan Fasilitas (X1), Biaya Pendidikan (X2), Komunikasi Pemasaran (X3), dan Kompetensi Dosen (X4) menunjukkan variasi persepsi lebih besar antarresponden. Secara keseluruhan, baik faktor internal maupun eksternal menjadi determinan utama dalam proses pemilihan program studi mahasiswa.

#### Hasil Uji Korelasi Pearson

Bawa hasil dari uji korelasi Pearson memperoleh variabel independen berhubungan signifikan dengan Keputusan Memilih Program Studi (Y). Faktor dengan korelasi tertinggi adalah Dukungan Keluarga ( $r = 0,807$ ) dan Motivasi Diri ( $r = 0,767$ ), menandakan pengaruh kuat faktor internal dan eksternal. Komunikasi Pemasaran ( $r = 0,716$ ) dan Kompetensi Dosen ( $r = 0,676$ ) juga berhubungan positif signifikan, sedangkan Prospek Kerja ( $r = 0,139$ ) memiliki korelasi lebih lemah namun tetap signifikan. Minat Mahasiswa ( $r = 0,624$ ) turut berperan penting. Secara keseluruhan, keputusan mahasiswa dipengaruhi kombinasi faktor internal (motivasi dan minat) serta faktor eksternal (dukungan keluarga dan kualitas pengajaran).

#### Hasil Uji Statistik F

Berdasarkan pengujian F menunjukkan bahwa model regresi signifikan ( $F = 14,048$ ;  $p = 0,000 < 0,05$ ), sehingga variabel X1–X7 secara bersama-sama atau simultan pengaruh signifikan kepada Minat Mahasiswa (Z). Dengan SS Regression = 25,754 dan SS Residual = 29,070, model mampu menjelaskan sebagian besar variasi minat mahasiswa, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain. Secara keseluruhan, model regresi efektif dan layak digunakan untuk menganalisa faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa dalam pemilihan program studi.

#### Hasil Hitung Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Tabel 1. Hasil Hitung Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Variabel Independen	Unstandardized Coefficients (B)	Std. Error	Standardized Coefficients (Beta)	t	Sig.
(Constant)	1.455	0.787	–	1.848	0.067
Sarana dan Fasilitas Pelayanan (X1)	0.030	0.038	0.086	0,803	0,424
Biaya Pendidikan (X2)	0.029	0.030	0.096	0,994	0,322
Komunikasi Pemasaran (X3)	-0.018	0.047	-0.041	-0.374	0,710

Kompetensi Dosen (X4)	0.000	0.036	-0.001	-0.006	0,996
Prospek Kerja (X5)	-0.025	0.040	-0.045	-0.640	0,524
Motivasi Diri (X6)	0,177	0.043	0,473	4.185	0.001
Dukungan Keluarga (X7)	0.037	0.031	0,157	1.213	0,228

Sumber: spss data diolah, 2025

Berdasarkan output analisis uji t menunjukkan bahwa hanya Motivasi Diri (X6) yang berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa (Z) ( $B = 0,127$ ;  $Sig. = 0,000$ ), sedangkan variabel eksternal lainnya tidak signifikan ( $Sig. > 0,05$ ). Artinya, motivasi diri menjadi faktor dominan dalam membentuk minat mahasiswa, sehingga perguruan tinggi perlu memfokuskan upaya pada peningkatan motivasi mahasiswa untuk mendorong minat terhadap program studi

Tabel 2. Hasil Uji Statistik t (variabel X, Z terhadap Y)

Variabel Independen	Unstandardized Coefficients (B)	Std. Error	Standardized Coefficients (Beta)	t	Sig.
(Constant)	- 3.825	2.159	–	-1.771	.079
Sarana dan Fasilitas Pelayanan (X1)	-0.088	0,103	-.066	-0.859	.392
Biaya Pendidikan (X2)	0.017	0.080	.015	0,209	.835
Komunikasi Pemasaran (X3)	0,137	0,128	.114	1.064	.290
Kompetensi Dosen (X4)	0,035	0,097	.035	0.355	.723
Prospek Kerja (X5)	0,341	0,108	.158	3.174	.002
Motivasi Diri (X6)	0,304	0,095	.299	3.210	.002
Dukungan Keluarga (X7)	0,442	0,084	.487	5.257	<.001
Minat Mahasiswa (Z)	0,094	0,257	.025	0,366	,715

Sumber: Data diolah oleh SPSS, 2025

Hasil uji tabel 2 koefisien regresi menunjukkan bahwa Prospek Kerja (X5), Motivasi Diri (X6), dan Dukungan Keluarga (X7) berperan positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih Program Studi (Y), dengan nilai Sig. masing-masing  $< 0,05$ . Sementara variabel lain (X1–X4 dan Z) tidak berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor prospek kerja, motivasi diri, dan dukungan keluarga merupakan penentu utama dalam keputusan akademik mahasiswa.

Tabel 3. Hasil Hitung Uji Model Koefisien Determinasi (Adjust R2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.685	.470	.436	.512

**a.** Predictors: (Constant), Dukungan Keluarga (X7), Prospek Kerja (X5), Biaya Pendidikan (X2), Sarana dan Fasilitas Pelayanan (X1), Kompetensi Dosen (X4), Motivasi Diri (X6), Komunikasi Pemasaran (X3)

**b.** Dependent Variable: Minat Mahasiswa (Z)

Sumber: Data yang diolah dari spss,2025

Bahwa hasil dari tabel 3. hasil regresi memperoleh model ini memiliki hubungan moderat dengan  $R = 0,685$  dan  $R^2 = 0,470$ , artinya model menjelaskan 47% variasi Minat Mahasiswa (Z), sedangkan 53% dipengaruhi faktor lain. Adjusted  $R^2 = 0,436$  menunjukkan efisiensi model sedikit menurun, dan Standard Error = 0,512 menandakan prediksi cukup akurat. Secara keseluruhan, model efektif namun masih dapat ditingkatkan dengan menambahkan variabel lain yang lebih relevan.

Tabel 4. Independen X, Z Terhadap Variabel Dependen Y.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856	0.733	0.713	1.383

Predictors: (Constant), Minat Mahasiswa (Z), Prospek Kerja (X5), Biaya Pendidikan (X2), Kompetensi Dosen (X4), Sarana dan Fasilitas Pelayanan (X1), Dukungan Keluarga (X7), Motivasi Diri (X6), Komunikasi Pemasaran (X3)  
 Dependent Variable: Keputusan Memilih Program Studi (Y)

Sumber: Data diolah oleh SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 4. hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa model memiliki hubungan sangat kuat dengan  $R = 0,856$  dan  $R^2 = 0,733$ , artinya 73,3% variasi Keputusan Memilih Program Studi (Y) dijelaskan oleh variabel X1–X7 dan Z. Adjusted  $R^2 = 0,713$  menegaskan stabilitas model setelah penyesuaian. Secara keseluruhan, model memiliki kemampuan prediksi yang sangat baik, meskipun masih ada sekitar 28,7% variasi yang mempengaruhi faktor diluar model.

Hasil Hitung Uji Variabel Intervening (SOBEL Test)

Uji Sobel menilai apakah Minat Mahasiswa (Z) memediasi pengaruh variabel X terhadap Keputusan Memilih Program Studi (Y). Jika  $Z > 1,96$ , mediasi signifikan; jika  $Z < 1,96$ , tidak signifikan.

Tabel 5. Koefisien Regresi Variabel Z terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients (B)	Std. Error	Standardized Coefficients (Beta)	t	Sig.
(Constant)	2.165	0.369	–	5.864	< 0.001
Minat Mahasiswa (Z)	0.498	0.083	0.486	6.020	< 0.001

Dependent Variable: Keputusan Memilih Program Studi (Y)

Sumber: Data diolah oleh SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 5. hasil regresi menunjukkan bahwa Minat Mahasiswa (Z) hasilnya pengaruh positif dan signifikan kepada Keputusan Memilih Program Studi (Y) ( $B = 0,498$ ;  $t = 6,020$ ;  $Sig. < 0,001$ ), dengan efek sedang–kuat (Beta = 0,486). Uji Sobel Test digunakan untuk menilai apakah Z memediasi pengaruh Motivasi Diri (X6) dan variabel independen lainnya terhadap keputusan mahasiswa. Dengan demikian, analisis ini menegaskan peran penting Minat Mahasiswa sebagai mediator signifikan dalam hubungan antara faktor-faktor X dan keputusan memilih program studi.

Tabel 6. Hasil Hasil Rekapitulasi Perhitungan Uji Intervening Variabel X

Variabel Independen	a	Sa	b	Sb	ab	Z	Ket
X1 Sarana & Fasilitas	0,16	0,1	1	0,1	0,082	1,55	Ditolak
X2 Biaya Pendidikan	0,07	0,1	1	0,1	0,035	0,81	Ditolak
X3 Komunikasi Pemasaran	-0,012	0,1	1	0,1	-0,005976	-0,110	Ditolak
X4 Kompetensi Dosen	0,03	0,1	1	0,1	0,015	0,23	Ditolak
X5 Prospek Kerja	-0,086	0,1	1	0,1	-0,042828	-0,840	Ditolak
X6 Motivasi Diri	0,42	0,1	1	0,2	0,207	2,64	Diterima
X7 Dukungan Keluarga	0,08	0,1	1	0,1	0,039	0,65	Ditolak

Sumber: hasil perhitungan SPSS, 2025

Nilai  $Z > 1,69$  menunjukkan bahwa variabel intervening (Minat Mahasiswa/Z) berperan sebagai mediator signifikan, sedangkan  $Z < 1,69$  menunjukkan tidak signifikan. Dari tabel di atas, hanya Motivasi Diri (X6) yang memiliki nilai  $Z = 2,64 (>1,69)$ , sehingga berpengaruh signifikan secara tidak langsung melalui Minat Mahasiswa(Z)

terhadap Keputusan Memilih Program Studi (Y). Berdasarkan hasil uji Sobel, Minat Mahasiswa (Z) hanya berperan sebagai mediator signifikan pada pengaruh Motivasi Diri (X6) terhadap variabel (Y), diperoleh nilai Z hitung = 2,644 ( $> 1,96$ ). Variabel independen lainnya memiliki nilai Z hitung sebagai berikut: X1 – Sarana & Fasilitas = 1,547, X2 – Biaya Pendidikan = 0,814, X3 – Komunikasi Pemasaran = -0,110, X4 – Kompetensi Dosen = 0,231, X5 – Prospek Kerja = -0,840, dan X7 – Dukungan Keluarga = 0,651, semuanya  $< 1,69$ , sehingga tidak menunjukkan peran mediasi signifikan oleh Z. Hal ini menegaskan bahwa minat mahasiswa hanya memediasi jalur motivasi diri, sementara faktor eksternal lainnya tidak dimediasi secara signifikan dalam memengaruhi keputusan akademik mahasiswa.

## PEMBAHASAN

Sarana dan Fasilitas Pelayanan ( $X_1 \rightarrow Z$ ) – H<sub>1</sub>

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Sarana dan Fasilitas Pelayanan ( $X_1$ ) hasilnya pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Variabel (Z) diperoleh nilai signifikansinya 0,424 ( $> 0,05$ ). Artinya, ketersediaan fasilitas kampus belum menjadi faktor dominan yang menumbuhkan minat mahasiswa. Hal ini dapat disebabkan oleh persepsi mahasiswa bahwa fasilitas pendidikan merupakan kebutuhan dasar yang sudah semestinya disediakan kampus, bukan faktor pembeda utama.

Penelitian sebelumnya oleh Sabrina (Sihotang et al., 2024) melaporkan bahwa Fasilitas penunjang akademik mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat, dengan koefisien 0,624 dan tingkat signifikansi berkisar 0,000 yang bahwa hasil ini kurang dari atau rendah 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Penelitian lainnya oleh Zuhal Yussi Ahmed dkk (2024) melaporkan bahwa mutu layanan terdapat pengaruh nyata kepada minat mahasiswa, dengan koefisien 0,152 dan tingkat signifikansi sebesar 0,003 yang diperloeh nilianya lebih kecil atau rendah dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).

Biaya Pendidikan ( $X_2 \rightarrow Z$ ) – H<sub>2</sub>

Variabel Biaya Pendidikan ( $X_2$ ) juga menunjukkan tidak pengaruh signifikansinya terhadap minat mahasiswa (Z) nilai Sig. 0,322 ( $> 0,05$ ). Menandakan bahwa meskipun biaya menjadi pertimbangan, faktor tersebut tidak menentukan minat secara langsung. Mahasiswa lebih mempertimbangkan kualitas program dan potensi karier dibandingkan aspek biaya.

Berdasarkan hasil penelitian Christian Silvester Saut Harun dkk (2023) melaporkan bahwa pengeluaran pendidikan memberikan kontribusi signifikansinya terhadap peningkatan minat, sebagaimana terlihat dari nilai koefisien 0,234 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Sejalan dengan penelitian tersebut, Elieta Vranciska (2023) melaporkan bahwa anggaran pendidikan memiliki hubungan positif serta signifikan terhadap minat mahasiswa, dengan koefisien 0,217 dan tingkat signifikansi sebesar 0,015 atau 1,5%.

Komunikasi Pemasaran ( $X_3 \rightarrow Z$ ) – H<sub>3</sub>

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa Pemasaran Komunikasi ( $X_3$ ) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Variabel (Z) (Sig. 0,710). Ini mengindikasikan bahwa promosi kampus melalui media sosial atau brosur belum efektif membangun ketertarikan mahasiswa. Strategi komunikasi perlu diarahkan ke pendekatan yang lebih interaktif, misalnya testimoni alumni atau kegiatan open campus. Penelitian lainnya oleh (Segarwati et al., 2023) melaporkan bahwa komunikasi pemasaran berpengaruh positif signifikan kapada minat beli, nilai koefisiennya 0,115 dan tingkat signifikansi sebesar 0,011 atau 1,1%. Sejalan dengan penelitian tersebut, Sugiyono (2021) melaporkan bahwa peningkatan kompetensi dosen berkontribusi secara positif signifikan kepada minat mahasiswa, nilai koefisiennya 0,422 dan tingkat signifikansi sebesar 0,030 atau 3%.

Kompetensi Pembelajaran Dosen ( $X_4 \rightarrow Z$ ) – H<sub>4</sub>

Kompetensi Pembelajaran Dosen ( $X_4$ ) memiliki pengaruh rendah terhadap variabel (Z) (Sig. 0,996). Artinya, kemampuan dosen tidak memengaruhi minat awal calon mahasiswa, karena mereka belum memiliki pengalaman langsung dengan proses pembelajaran. Namun, kompetensi dosen dapat berperan penting setelah mahasiswa mulai kuliah.

#### Prospek Kerja ( $X_5 \rightarrow Z$ ) – H<sub>5</sub>

Hasil analisis menunjukkan Prospek Kerja ( $X_5$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa (Z) (Sig. 0,524). Hal ini berarti mahasiswa belum sepenuhnya memikirkan prospek kerja saat membentuk minat awal terhadap program studi. Prospek kerja baru menjadi pertimbangan utama ketika mereka sudah dalam tahap pengambilan keputusan akhir. Berdasarkan hasil penelitian (Tulhalim, 2021), prospek kerja terbukti mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan kepada minat mahasiswa, dengan nilai koefisiennya 0,303 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Selain itu, (Indriani et al., 2023) mengemukakan bahwa peluang kerja merupakan faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa, ditunjukkan oleh koefisien 0,336 tingkat signifikansinya sebesar 0,000.

#### Motivasi ( $X_6 \rightarrow Z$ ) – H<sub>6</sub>

Variabel Motivasi Diri ( $X_6$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Mahasiswa (Z) dengan B = 0,177 dan Sig.=0,001. Artinya, semakin tinggi dorongan internal mahasiswa untuk belajar dan berprestasi, semakin besar minat mereka terhadap program studi. Temuan ini menegaskan bahwa motivasi intrinsik adalah faktor utama yang menumbuhkan minat belajar. Penelitian sebelumnya (Damayanti et al., 2021) melaporkan bahwa motivasi memiliki korelasi positif yang signifikan dengan minat mahasiswa, dengan koefisien 0,547 dan tingkat signifikansi 0,000. Penelitian lainnya oleh (Kurnia et al., 2023) melaporkan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa, dengan koefisien 0,781 dan tingkat signifikansi 0,000.

#### Dukungan Keluarga ( $X_7 \rightarrow Z$ ) – H<sub>7</sub>

Variabel Dukungan Keluarga ( $X_7$ ) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat Mahasiswa (Z) (Sig. 0,228). Meskipun dukungan keluarga penting secara moral, hasil ini menunjukkan bahwa minat mahasiswa lebih ditentukan oleh keinginan pribadi, bukan dorongan eksternal dari orang tua. Disisi lain juga (Putri et al., 2024) melaporkan bahwa dukungan keluarga berperan positif dan signifikan terhadap tingkat minat mahasiswa, dengan koefisien 0,369 dan tingkat signifikansi 0,000.

#### Sarana dan Fasilitas Pelayanan ( $X_1 \rightarrow Y$ ) – H<sub>8</sub>

Hasil uji regresi memperlihatkan bahwa Sarana dan Fasilitas Pelayanan ( $X_1$ ) tidak pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih variabel (Y) (Sig. 0,392). Menunjukkan bahwa fasilitas kampus belum menjadi faktor pembeda utama dalam keputusan mahasiswa dalam memilih prodi. Pengaruh Sarana dan fasilitas pelayanan penelitian sebelumnya oleh (Kadir Abas et al., 2020) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) berdampak secara signifikan dalam arah yang positif mengenai keputusan mahasiswa memilih prodi, dengan koefisiennya senilai 0,163 dan tingkat signifikansi 0,005 atau 5%.

#### Biaya Pendidikan ( $X_2 \rightarrow Y$ ) – H<sub>9</sub>

Variabel Biaya Pendidikan ( $X_2$ ) memiliki Sig. 0,835, menunjukkan tidak pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih variabel (Y). Mahasiswa lebih menilai manfaat akademik dan prospek karier dibanding biaya yang harus dikeluarkan. Penelitian oleh (Ade Nia Suryani, 2018) mengindikasikan bahwa anggaran pendidikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pertimbangan mahasiswa menetapkan prodi manajemen di STIE Rahmaniyyah Sekayu, dengan nilai koefisien 0,310 dan signifikansi 0,002 (<0,05).

#### Komunikasi Pemasaran ( $X_3 \rightarrow Y$ ) – H<sub>10</sub>

Hasil analisis menunjukkan bahwa Pemasaran Komunikasi ( $X_3$ ) pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan memilih variabel (Y) (Sig. 0,290). Artinya, strategi komunikasi kampus masih perlu diperkuat, terutama dalam membangun citra dan kredibilitas melalui media digital. Penelitian sebelumnya oleh Hasil penelitian oleh (Indah Dwi Prasetyaningrum, 2020) dalam jurnal *Jurnal Sosial Humaniora* menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran berpengaruh positif serta berperan signifikan dalam memengaruhi preferensi mahasiswa terhadap pemilihan perguruan tinggi, terdapat koefisien 0.366 dan tingkat signifikansinya 0,000 (<0.05).

#### Kompetensi Pembelajaran Dosen ( $X_4 \rightarrow Y$ ) – $H_{11}$

Variabel Kompetensi Dosen ( $X_4$ ) pengaruh positif dan signifikannya dalam keputusan memilih program studi (Y) dengan Sig. 0,002. Mahasiswa menilai kualitas dosen sebagai indikator penting keberhasilan studi. Semakin kompeten dosen dalam mengajar dan membimbing, semakin kuat putusan mahasiswa memilih program studi tersebut. Penelitian dilakukan oleh (Udik Jatmiko, 2015) mengindikasikan pengaruh positif dan signifikan antara kompetensi pembelajaran dosen dan minat mahasiswa, dengan koefisiennya .524 dan nilai signifikansinya 0,000 ( $<0,05$ ). Hasil ini diperkuat oleh (Harahap et al., 2021) mengemukakan bahwa kualitas dosen berpengaruh sangat signifikan dalam keputusan mahasiswa menentukan universitas, dengan nilai koefisiennya 0.728 dan tingkat signifikansinya 0.000 ( $<0.05$ ).

#### Prospek Kerja ( $X_5 \rightarrow Y$ ) – $H_{12}$

Variabel Prospek Kerja( $X_5$ ) pengaruh positif dan signifikannya kepada keputusan memilih program studi (Y) dan Sig. 0,003. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik peluang kerja yang dijanjikan program studi, semakin tinggi minat mahasiswa untuk memilihnya. Prospek kerja menjadi salah satu faktor eksternal paling dominan dalam proses pengambilan keputusan. Prospek kerja penelitian sebelumnya oleh (Febriyanti, 2019) membuktikan bahwa variabel dunia kerja ( $X_5$ ) diperoleh pengaruh positif dan signifikansi kepada keputusan mahasiswa dalam memilih program studi, dengan koefisien berkisar 0,146 dan tingkat signifikansi (0,000).

#### Motivasi ( $X_6 \rightarrow Y$ ) – $H_{13}$

Hasil regresi menunjukkan bahwa Motivasi Diri ( $X_6$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikansinya terhadap keputusan memilih program studi (Y) (Sig. 0,001). Artinya, motivasi internal tidak hanya meningkatkan minat, tetapi juga secara langsung mendorong mahasiswa mengambil keputusan akhir. Ini membuktikan peran kuat faktor psikologis dalam menentukan perilaku akademik.

#### Dukungan Keluarga ( $X_7 \rightarrow Y$ ) – $H_{14}$

Variabel Dukungan Keluarga ( $X_7$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikansinya kepada Keputusan Memilih Program Studi (Y) Sig. 0,001. Dukungan keluarga menjadi aspek sosial penting yang memperkuat keyakinan mahasiswa terhadap pilihannya. Hal ini menunjukkan bahwa norma subjektif berperan besar sesuai teori *Planned Behavior*.

#### Minat Mahasiswa ( $Z \rightarrow Y$ ) – $H_{15}$

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa Minat Mahasiswa ( $Z$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikansinya kepada variabel tersebut dengan keputusan memilih program studi (Y). dengan  $B = 0,498$ ;  $t = 6,020$ ;  $Sig. < 0,001$ ;  $Beta = 0,486$ . Artinya, semakin tinggi minat mahasiswa terhadap program studi, semakin besar kecenderungan mereka untuk menjadikannya pilihan akhir. Uji Sobel menunjukkan bahwa variabel  $Z$  mampu memediasi hubungan antara Motivasi Diri ( $X_6$ ) dan Keputusan Memilih Program Studi (Y) secara signifikan ( $Z = 2,64 > 1,96$ ).

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian, dapat disimpulkan:

1. Pengaruh Signifikan Variabel X terhadap Y: Variabel Prospek Kerja ( $X_5, B=0,341, t=3,174$ ,  $Sig.=0,002$ ), Motivasi Diri ( $X_6, B=0,304, t = 3,210$ ,  $Sig. = 0,002$ ), dan Dukungan Keluarga ( $X_7, B = 0,442, t = 5,257$ ,  $Sig. = 0,000$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikansinya antar variabel tersebut dengan keputusan memilih program studi (Y). Hal ini membuktikan bahwa faktor internal (motivasi diri) maupun eksternal (dukungan keluarga, prospek kerja) lebih dominan dalam memengaruhi keputusan akademik mahasiswa.
2. Variabel Tidak Signifikan: Variabel lain, yaitu Sarana & Fasilitas ( $X_1, B = -0,088$ ,  $Sig. = 0,392$ ), Biaya Pendidikan ( $X_2, B = 0,017$ ,  $Sig. = 0,835$ ), Komunikasi Pemasaran ( $X_3, B = 0,137$ ,  $Sig. = 0,290$ ), Kompetensi Dosen ( $X_4, B = 0,035$ ,  $Sig. = 0,723$ ), dan Minat Mahasiswa ( $Z, B = 0,094$ ,  $Sig. = 0,715$ ) tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih program studi.

3. Peran Mediasi Minat Mahasiswa: Berdasarkan Uji Sobel, Minat Mahasiswa (Z) hanya berperan sebagai mediator pada jalur Motivasi Diri (X6) → Z → Y dengan Z hitung = 2,644 > 1,96, sedangkan variabel lainnya tidak dimediasi secara signifikan.

4. Validitas Model: Model regresi terbukti valid, linear, dan memiliki kemampuan prediksi yang tinggi dengan  $R^2 = 0,733$  dan Adjusted  $R^2 = 0,713$ , menyatakan bahwa 71,3 % variasi keputusan Karakteristik mahasiswa bergantung pada faktor-faktor (variabel independen) yang diteliti.

## SARAN

1. Fokus pada Motivasi Diri (X6): Perguruan tinggi perlu meningkatkan program pengembangan motivasi mahasiswa melalui workshop, konseling, dan kegiatan akademik yang menstimulasi minat belajar, karena X6 berpengaruh signifikan terhadap minat dan keputusan studi.
2. Perkuat Dukungan Keluarga (X7): Perguruan tinggi dapat melibatkan orang tua dalam orientasi akademik, sosialisasi prospek karier, dan aktivitas bimbingan agar dukungan keluarga lebih efektif mendukung keputusan mahasiswa.
3. Informasi Prospek Kerja (X5): Fakultas dan universitas sebaiknya menyediakan informasi yang jelas terkait peluang karier pasca-lulus, seminar karier, atau job fair, karena prospek kerja menjadi faktor signifikan dalam keputusan mahasiswa.
4. Peningkatan Kualitas Faktor Lain: Meskipun X1–X4 tidak signifikan, sarana dan fasilitas, biaya pendidikan, komunikasi pemasaran, dan kompetensi dosen tetap perlu dijaga kualitasnya untuk mendukung faktor internal dan eksternal lainnya dalam pengambilan keputusan.
5. Penelitian Lanjutan: Disarankan menambahkan variabel psikologis, sosial, atau kontekstual lain yang relevan agar model prediksi keputusan mahasiswa lebih komprehensif dan meningkatkan  $R^2$  penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Nia Suryani. (2018). *Pengaruh Brand Image Dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Manajemen Di Stie Rahmaniyyah Sekayu (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2013/2014)* (Vol. 1, Issue Juni).
- Caswito, A., Sayidah, N., Utami Adi, S., & Soetomo, U. (2024). Faktor Penggunaan E-Commerce Terhadap Pengambilan Keputusan Melalui Perilaku Konsumen (Kajian Studi Literatur Review). *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1). Doi: 10.33395/Jmp.V13i1.13451
- Damayanti, K., & Kurniawan, A. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Program Studi Akuntansi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Program Studi Akuntansi Untuk Berkarir Sebagai Konsultan Pajak* (Vol. 9). Retrieved From <Https://Jurnal.Unigal.Ac.Id/Index.Php/Edukasi/Article/View/5000>
- Erfizal Fikri Yusmansyah, N. S. , M. A. S. (2022). *Konsep Dasar-Dasar Pertimbangan Dan Strategi Pengambilan Keputusan Dalam Kepemimpinan Pendidikan*.
- Febriyanti, F. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Dalam Pemilihan Karir Sebagai Akuntan Publik. *Jurnal Akuntansi : Kajian Ilmiah Akuntansi (Jak)*, 6(1), 88. Doi: 10.30656/Jak.V6i1.1036
- Harahap, D. A., Amanah, D., Gunarto, M., & Purwanto, P. (2021). Kualitas Dosen Sebagai Faktor Penentu Mahasiswa Memilih Universitas. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 12(2a), 128–135. Doi: 10.47927/Jikb.V12i2a.206
- Indah Dwi Prasetyaningrum. (2020). *Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta (Studi Pada Universitas Muria Kudus)*.

- Indriani, & Ahmad Dzul Ilmi S. (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Memilih Program Studi Akuntansi Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Parepare*.
- Kadir Abas, A. H., & Subhan Posangi, S. (2020). *Analisis Faktor Kualitas Pelayanan Dan Promosi Kampus Terhadap Minat Mahasiswa Memilih Studi Di Iain Sultan Amai Gorontalo*. Retrieved From <Http://Iaingorontalo.Ac.Id/Berita-811-Data-Kelulusan-Span-Ptkin-2020.Html>
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management, Millenium Edition*. Retrieved From <Www.Pearsoncustom.Com>
- Kurnia, S., Millah, S., & Nurhakim, L. (2023). *Pengaruh Motivasi Dan Biaya Pendidikan Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Akuntansi Syariah Pada Mahasiswa Febi Unsur Cianjur* (Vol. 03).
- Lent, R. W. (1985). *Career Development And Counseling: A Social Cognitive Framework*.
- Lent, R. W. (2021). *Career Development And Counseling: A Social Cognitive Framework*.
- Putri, A. A., & Subiyantoro, H. (2024). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri, Dan Dukungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha (Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Semester VIII Universitas Bhinneka Pgri Angakatan 2020). *Jurnal Economina*, 3(8). Doi: 10.55681/Economina.V3i8.1458
- Rachmat, Z., Harto, B., Fauzan, R., Umar, S., Iwan, S., Kusnadi, H., Sudirjo, F., Made, I., Teuku, M., Roza, A., Pasaribu, J. S., & Zulfikar, M. (2022). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Retrieved From <Www.Globaleksekutifteknologi.Co.Id>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (1985). *Self-Determination Theory And The Facilitation Of Intrinsic Motivation, Social Development, And Well-Being Self-Determination Theory*. Ryan.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2020). Intrinsic And Extrinsic Motivation From A Self-Determination Theory Perspective: Definitions, Theory, Practices, And Future Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 61. Doi: 10.1016/J.Cedpsych.2020.101860
- Segarwati, Y., & Rakhmaniar, A. (2023). *Pengaruh Promo Shopee Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas*. 13(2). Retrieved From <Https://Wearesocial.Com>,
- Sihotang, S. E. A., Sihotang, S. E. A., Almas, K. U., Mardiah, S., Zahara, D. A., Surbakti, E. M., Sitanggang, Y., & Meiriza, M. S. (2024). Pengaruh Sarana Dna Prasarana Akademik Terhadap Minat Belajar Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2023. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (Ek&Bi)*, 7(1), 48. Doi: 10.37600/Ekbi.V7i1.1338
- Simon, H. A. . (2014). *Administrative Behavior : A Study Of Decision-Making Processes In Administrative Organizations*. Free Press.
- Tulhalim, R. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Ekasakti Padang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen) The Influencing Factors Of Students Decision Making In Choosing A Management Program At The Faculty Of Economics Ekasakti Padang University (Case Study In Students Management Programs). *Jm*, 3(3), 473–488. Retrieved From <Https://Unesp Padang.Ac.Id/>,

Udik Jatmiko. (2015). *Pengaruh Kompetensi Pembelajaran Dosen Dan Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Minat Belajar Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kadiri Kediri.*

Wayne D. Hoyer, D. J. M. R. P.-C. B.-C. L. (2023). (2023). *Consumer Behavior Edition 8.*