

PENGARUH REPUTASI INSTITUSI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH STUDI MANAJEMEN DI UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR

THE INFLUENCE OF INSTITUTIONAL REPUTATION ON STUDENT DECISIONS IN CHOOSING MANAGEMENT STUDY AT STATE UNIVERSITY OF MAKASSAR

Ahmad Mukammil¹, Anwar Ramli², Zainal Ruma³

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Email: [*kamilrock.32@gmail.com](mailto:kamilrock.32@gmail.com)

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of institutional reputation on students' decisions to choose management studies at Makassar State University. Data collection was carried out by distributing questionnaires to respondents. The sample used in this study amounted to 88 respondents. The data analysis technique in this study used a simple linear regression test and hypothesis testing used a partial test and the coefficient of determination. The results showed that Institutional Reputation had a significant value of 0.001 less than 0.05 and with a regression coefficient of 0.724 in a positive direction, it means that Institutional Reputation has a positive and significant effect on Student Voting Decisions.

Keywords: Reputation, Institution, Decision, Vote

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Reputasi Institusi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Studi Manajemen di Universitas Negeri Makassar, Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada responden. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 88 Responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linear sederhana dan pengujian hipotesis menggunakan uji parsial dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Reputasi Institusi mempunyai nilai signifikan 0,001 lebih kecil dari 0,05 dan dengan koefisien regresi sebesar 0,724 arah positif maka dapat diartikan bahwa Reputasi Institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih.

Kata kunci: Reputasi, Institusi, Keputusan, Memilih

PENDAHULUAN

Persaingan yang semakin ketat antar perguruan tinggi menantang setiap perguruan tinggi untuk menciptakan citra positif di mata masyarakat. Calon mahasiswa sangat tertarik dengan kampus-kampus yang memiliki reputasi positif. Reputasi merupakan penilaian terhadap citra dan identitas yang terbentuk. Menurut Warta (2017:13). Reputasi perguruan tinggi memiliki peranan yang penting bagi keunggulan suatu perguruan tinggi Salah satunya adalah Aktivitas Universitas Negeri Makassar dalam menaikkan akreditasi universitas dan tiap program studi, menyelenggarakan kegiatan tridharma untuk menghasilkan sumber daya manusia profesional dalam bidang kependidikan dan nonpendidikan yang

berwawasan kewirausahaan, sehingga dapat meningkatkan nilai reputasi Universitas Negeri Makassar.

Keputusan mahasiswa untuk melanjutkan studi merupakan keputusan mahasiswa yang berbobot, sesuai dengan keadaan yang ada. Apabila keadaan atau kondisi yang muncul tidak sesuai dengan yang diinginkan, maka timbul keraguan yang dapat menimbulkan keputusan menentang terhadap pilihan tersebut, dalam hal ini keputusan untuk tidak melanjutkan studi di tempat yang diinginkan atau diharapkan. Nyatanya, pilihan itu berdampak. Pilihan adalah bagian dari pekerjaan solusi dan bagian dari proses pengambilan keputusan.

Saat ini Sulawesi Selatan memiliki banyak jumlah universitas, salah satunya berada pada kota Makassar. Hal ini terbukti dengan adanya perguruan tinggi negeri maupun swasta terbaik yang memiliki segudang prestasi. Perguruan Tinggi Negeri yang ada di Sulawesi Selatan terbagi atas 3, salah satunya Universitas Negeri Makassar. Universitas Negeri Makassar (UNM) memiliki berbagai fakultas dengan kualitas terbaik dan memiliki jumlah mahasiswa yang banyak salah satunya adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program studi manajemen.

Fenomena yang terjadi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar dalam 2 Tahun terakhir mengalami perubahan signifikan. Berikut ini adalah data 2 tahun terakhir mahasiswa yang diterima pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar:

**Tabel 1.1 Data Mahasiswa yang diterima di Prodi Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar.**

Program Studi	Tahun	Diterima
Manajemen	2020	286 Mahasiswa
	2021	467 Mahasiswa

Sumber: Data Program Studi Manajemen

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Keputusan Mahasiswa Memilih

Keputusan pembelian adalah “pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan dari beberapa alternatif pilihan dan keputusan yang diambil mengarah pada bagaimanaproses dalam pengambilan keputusan.” (Schiffman & Kanuk 2007 : 2). Sedangkan “Keputusan konsumen merupakan salah satu bagian yang terdapat di dalam perilaku konsumen.” (Kotler, 2005 : 2).

Pengertian Reputasi Institusi

Reputasi merupakan “penilaian terhadap hubungan antara sikap, emosi, ekonomi, masyarakat dan budaya suatu organisasi dengan orang yang berbeda pada umumnya.” (Heath & Vasquez, 2001 : 3). Reputasi juga “diinterpretasikan sebagai

sekumpulan fakta yang dialami dan dirasa dari produk melalui proses sosial dan bukan merupakan kesan dalam pikiran orang secara pribadi.” (Helm, 2007 : 3). Pendapat lain mengemukakan bahwa “reputasi merupakan suatu hasil pemrosesan informasi yang dipengaruhi oleh berbagai isyarat yang diperlihatkan organisasi tersebut, lingkungan kerja dan rekan sejawat, media serta yang terpenting juga daripengalaman pribadi bersama organisasi.” (Warta, 2017 : 13).

Banyak Universitas terlibat dalam “strategi rekonstruksi citra untuk mereposisi diri mereka sendiri di pasar Pendidikan dan memperbaiki reputasi mereka” (Brown, Dacin, Pratt, & Whetten, 2006 : 4). Pendapat lain mengatakan “Universitas didorong untuk bersaing secara global untuk menarik perhatian Financiers, akademik, siswa, dan perusahaan.” (H. Aula & Tienari, 2011 : 4).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner secara online dengan menggunakan google forms yang dibagikan pada Mahasiswa yang memilih studi Manajemen di Universitas Negeri Makassar. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 88 Mahasiswa. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, uji regresi linear sederhana dan pengujian hipotesis menggunakan Uji T dan Koefesien determinasi.

HASIL PEMBAHASAN

Hasil

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk degree of freedom (df) = $n-2$. Jumlah sampel (n) dalam penelitian ini adalah $88-2 = 86$, dengan taraf dignifikasi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,209$ Jika $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} maka indikator variabel dinyatakan valid.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson Correlation (R_{hitung})	R-Tabel (N=86) Sign 5%	Keterangan
Reputasi Institusi (X1)	X1.1	0,738	0,209	Valid
	X1.2	0,701	0,209	Valid
	X1.3	0,738	0,209	Valid
	X1.4	0,618	0,209	Valid
	X1.5	0,764	0,209	Valid

	X1.6	0,688	0,209	Valid
	X1.7	0,677	0,209	Valid
	X1.8	0,593	0,209	Valid
Keputusan Mahasiswa Memilih (Y)	Y1.1	0,786	0,209	Valid
	Y1.2	0,802	0,209	Valid
	Y1.3	0,603	0,209	Valid

Sumber: Data diolah, 2023

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi tanggapan seseorang terhadap item pertanyaan dalam kuisioner. Dalam penelitian ini digunakan teknik Cronbach's Alpha. Suatu instrumen dikatakan realibel apabila Cronbach's Alpha > 0,60. Pengujian reliabilitas data kuisioner ini menggunakan aplikasi SPSS, dapat dilihat hasilnya pada tabel dibawah ini

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Reputasi Institusi (X1)	0,834	0,60	Realibel
Keputusan Mahasiswa Memilih (Y)	0,855	0,60	Realibel

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa Variabel Reputasi Institusi (X1) dan Variabel Keputusan Mahasiswa Memilih (Y) memperoleh nilai Cronbach's Alpha > 0,60 Standar Reliabilitas yang artinya seluruh variabel dikategorikan Realibel.

Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	6.677	2.621	2.547	.013
	Reputasi Institusi	.774	.080	.724	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Mahasiswa Memilih

Sumber: Hasil Olah Data dari Spss Versi 29 for Macbook

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana pada tabel diatas, maka dapat dilihat persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 6.677 + 0,774 X_1$$

Berdasarkan model persamaan yang diperoleh, maka diketahui bahwa nilai konstanta (a) adalah 6,677 yang artinya, jika variabel Reputasi Institusi adalah < 0,001 maka variabel Keputusan Mahasiswa Memilih pada studi manajemen universitas negeri makassar Angkatan 2021-2022 sebesar 6,677. Nilai koefisien regresi (b) bernilai 0,774 yang artinya jika variabel Keputusan Mahasiswa Memilih mengalami peningkatan, maka pada studi manajemen universitas negeri makassar Angkatan 2021-2022 juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,774.

2. Uji-t

Adapun hasil uji-t yang dilakukan menggunakan bantuan SPSS Versi 29 dapat dilihat pada tabel berikut:

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	6.677	2.621		2.547	.013
	Reputasi Institusi	.774	.080	.724	9.730	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Mahasiswa Memilih

Sumber: Hasil Olah Data dari Spss Versi 29 for Macbook

Dari tabel terlihat bahwa nilai signifikansi yang diperoleh adalah $0,001 < 0,50$ yang artinya variabel Reputasi Institusi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih pada Studi Manajemen Universitas Negeri Makassar Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan “diterima”.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi yang diberikan oleh variabel Reputasi Institusi terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Studi Manajemen di Universitas Negeri Makassar. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 ^a	.524	.518	3.047

a. Predictors: (Constant), Reputasi Institusi

Sumber: Hasil Olah Data dari Spss Versi 29 for Macbook

Pengaruh variabel Reputasi Institusi terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih yang dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) pada tabel adalah sebesar 0,524 atau 52,4 persen. Hal ini berarti Reputasi Institusi memiliki kontribusi sebesar 52,4 persen terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Studi Manajemen di Universitas Negeri Makassar. 47,6 persen sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Reputasi Institusi berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih. Dalam tabel di atas menunjukkan Reputasi Institusi mempunyai nilai signifikan 0,001 lebih kecil dari 0,05 dan dengan koefisien regresi sebesar 0,724 arah positif maka dapat diartikan bahwa Reputasi Institusi berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih.

Adapun juga beberapa indikator dari pernyataan kuisisioner Reputasi Institusi seperti Daya Tarik Emosional memperoleh presentase skor aktual rata-rata sebesar 74,5% yang tergolong kedalam kategori baik, Indikator pernyataan Studi memperoleh skor aktual rata-rata sebesar 80,5% tergolong kedalam kategori baik, Indikator pernyataan Persaingan memperoleh skor aktual rata-rata sebesar 90,7% tergolong kedalam kategori sangat baik, Indikator pernyataan Inovasi memperoleh skor aktual rata-rata sebesar 81,0% tergolong kedalam kategori baik. Dan juga Pernyataan kuisisioner Keputusan Mahasiswa Memilih Seperti Biaya memperoleh presentase skor aktual rata-rata sebesar 70,7% tergolong kedalam kategori baik, Indikator pernyataan Kesempatan Kerja memperoleh skor aktual rata-rata sebesar 83,6% tergolong kedalam kategori baik, Indikator pernyataan Reputasi Perguruan Tinggi memperoleh skor aktual rata-rata sebesar 85,6% tergolong kedalam kategori baik, Indikator Status Sosial Ekonomi memperoleh skor aktual rata-rata sebesar 79,0% tergolong kedalam kategori baik. Dapat kita lihat di Indikator pernyataan Reputasi Institusi bahwa pernyataan Persaingan memperoleh skor aktual yang lebih unggul dari pada pernyataan lainnya yaitu sebesar 90,7% bahkan skor aktual tersebut masuk kedalam kategori sangat Baik. Sedangkan pernyataan Keputusan Mahasiswa Memilih bahwa pernyataan Reputasi Perguruan Tinggi memperoleh skor aktual yang lebih unggul dari pernyataan lainnya yaitu sebesar 85,6%.

Hal ini mengindikasikan bahwa Reputasi Institusi berbanding lurus dengan Keputusan Mahasiswa Memilih. Apabila Reputasi Institusi mengalami peningkatan maka Keputusan Mahasiswa Memilih juga akan mengalami peningkatan. Penelitian terdahulu juga mengkaji bagaimana kaitan antara Reputasi Institusi terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Harahap et al., 2017) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa penelitian pada Variabel Reputasi Institusi positif berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih. Dengan demikian hipotesis yang pertama diajukan dalam penelitian ini diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh Reputasi Institusi terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih, maka dapat disimpulkan:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel Reputasi Institusi terhadap keputusan mahasiswa memilih studi manajemen Angkatan 2021-2022 berada dalam kategori baik. Adapun terdapat satu indikator berada diatas rata-rata presentase skor aktual yakni indikator persaingan.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, keputusan mahasiswa memilih studi manajemen di Universitas negeri makassar terbanyak berada dalam kategori baik. Adapun satu indikator berada diatas rata-rata presentase skor aktual yakni indikator reputasi perguruan tinggi
3. Reputasi Institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih studi manajemen di Universitas negeri makassar. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka secara umum dapat dikatakan bahwa Reputasi Institusi yang baik akan mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Studi Manajemen di Universitas negeri makassar

DAFTAR PUSTAKA

- Aula, H., & Tienari, J. (2011). Becoming “world-class ”? Reputation-building in a university merger. *Critical Perspectives on International Business*, 7(1), 7-29. Barat: Symbiosa Rekatama Media
- Bromley, R. (2006). On and Off Campus : Colleges and Universities as LocalStakeholders. *Planning, Practice & Research*, 21(1), 1-24. <https://doi.org/10.1080/02697450600901400>
- Heath, R. L., & Vasquez, G. (2001). *Handbook of Public Relations*. Thousand OaksCalifornia: Sage Publications.

Helm, S. (2007). One reputation or many ? of corporate reputation. *Corporate Communications An International Journal*, 12 (3), 238-254.

Jakarta Selatan: Salemba Empat. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen* (Edisi Kedu).

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Warta, W. (2017). *Manajemen Reputasi*. In I. T. Nugraha (Ed.). Bandung, Jawa