

# PREFERENSI MAHASISWA DALAM MEMILIH PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR MELALUI REPUTASI, MOTIVASI, DAN BIAYA PENDIDIKAN

Abdul Rahman; Universitas Negeri Makassar, Program Studi Manajemen<sup>1\*</sup>

\*Correspondence: [abdul.rahman1582@unm.ac.id](mailto:abdul.rahman1582@unm.ac.id)

## ABSTRACT

### Keywords:

Reputasi Program Studi, Motivasi Pribadi, Biaya Pendidikan, Keputusan Mahasiswa

### Article Info:

Received: 16/12/2025

Revised: 22/12/2025

Accepted: 30/12/2025

Published: 08/01/2026

Di tengah persaingan perguruan tinggi yang semakin ketat, pemilihan program studi menjadi keputusan strategis yang dipengaruhi oleh berbagai faktor rasional. Meskipun studi mengenai perilaku pemilihan program studi telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian masih mengkaji faktor-faktor tersebut secara parsial, sehingga belum memberikan gambaran komprehensif mengenai interaksi antara faktor psikologis dan ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh reputasi program studi, motivasi pribadi, dan biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Manajemen Universitas Negeri Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan model regresi logistik biner, berdasarkan data yang diperoleh dari 100 responden melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi program studi dan motivasi pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa, sedangkan biaya pendidikan berpengaruh negatif dan signifikan. Model yang digunakan memiliki tingkat kecocokan yang sangat baik dengan nilai McFadden  $R^2$  sebesar 0,861 dan akurasi klasifikasi sebesar 95,3%, yang menunjukkan kemampuan prediksi yang tinggi. Secara akademik, penelitian ini memberikan kontribusi dengan mengintegrasikan faktor reputasi, motivasi, dan biaya dalam satu model logit empiris, serta menunjukkan bahwa faktor eksternal memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan faktor internal dalam menentukan keputusan mahasiswa. Temuan ini juga memberikan implikasi praktis bagi pengelola program studi dalam merumuskan strategi peningkatan reputasi dan kebijakan biaya yang lebih kompetitif.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International \(CC BY-SA 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



### How to cite:

Rahman, A. (2026). Preferensi Mahasiswa dalam Memilih Program Studi Manajemen Universitas Negeri Makassar Melalui Reputasi, Motivasi, dan Biaya Pendidikan. SINOMIKA JOURNAL: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi, 4(5), 191–202. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v4i5.3802>

## PENDAHULUAN

Pendidikan tinggi merupakan instrumen strategis dalam mencetak sumber daya manusia yang unggul dan berdaya saing. Dalam konteks tersebut, keputusan calon mahasiswa dalam memilih program studi menjadi aspek penting karena berkaitan langsung dengan arah akademik, pengembangan kompetensi, dan masa depan profesional individu. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar memiliki delapan program studi sarjana, yaitu Pendidikan Ekonomi, Pendidikan Akuntansi, Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi, Kewirausahaan, Bisnis Digital, dan Akuntansi Terapan. Di antara program studi tersebut, Program Studi Manajemen menjadi salah satu program yang paling diminati dan menunjukkan

peningkatan jumlah peminat dari tahun ke tahun. Peningkatan tersebut tidak hanya berasal dari calon mahasiswa berlatar belakang ilmu sosial, tetapi juga dari bidang ilmu alam.

Meskipun Program Studi Manajemen memiliki daya tarik yang tinggi, peningkatan jumlah peminat belum tentu selalu sejalan dengan persepsi mahasiswa terhadap kualitas, reputasi, manfaat, dan keterjangkauan biaya pendidikan yang ditawarkan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih program studi menjadi penting bagi perguruan tinggi, terutama dalam menyusun strategi peningkatan mutu akademik, promosi, dan perencanaan biaya pendidikan. Pengambilan keputusan pada dasarnya merupakan proses memilih satu alternatif dari dua atau lebih pilihan untuk menentukan tindakan tertentu, baik secara pribadi maupun kelompok (Anzizhan, 2014). Sejalan dengan itu, Rubini & Sunaryo (2016) menjelaskan bahwa pengambilan keputusan merupakan usaha penciptaan kejadian-kejadian dan pembentukan masa depan, baik pada saat keputusan dibuat maupun setelah keputusan tersebut dijalankan.

Penelitian mengenai pemilihan program studi telah banyak dilakukan, tetapi sebagian besar masih menekankan faktor tertentu secara terpisah, seperti motivasi, biaya, reputasi, atau akreditasi. Penelitian yang mengintegrasikan reputasi program studi, motivasi pribadi, dan biaya pendidikan dalam satu model empiris berbasis ekonometrika masih relatif terbatas, khususnya pada konteks perguruan tinggi negeri di Indonesia. Inilah yang menjadi kebaruan penelitian ini, yaitu menguji secara terpadu pengaruh reputasi program studi, motivasi pribadi, dan biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Manajemen di Universitas Negeri Makassar dengan menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis model logit dan probit.

Reputasi program studi merupakan faktor penting karena mencerminkan citra, integritas, kredibilitas, serta kepercayaan masyarakat terhadap kualitas akademik dan prospek lulusan. Andriani & Adam (2013) menjelaskan bahwa reputasi dibangun melalui kerja keras, perjuangan, dan proses yang panjang, terutama berkaitan dengan integritas dan kredibilitas perguruan tinggi. Narith Por (2024) juga menegaskan bahwa reputasi universitas atau program studi berperan signifikan dalam menarik minat calon mahasiswa melalui pengakuan publik, akreditasi, dan keberhasilan alumni. Reputasi yang baik sering dikaitkan dengan peluang karier yang lebih menjanjikan, sehingga menjadi salah satu pertimbangan utama dalam keputusan memilih program studi.

Selain reputasi, motivasi pribadi juga menjadi faktor penting dalam keputusan mahasiswa. Berdasarkan Self-Determination Theory yang dikembangkan oleh Ryan & Deci (2017), motivasi intrinsik seperti minat untuk belajar, ketertarikan terhadap bidang tertentu, dan cita-cita karier merupakan pendorong utama dalam pengambilan keputusan pendidikan. Motivasi ini dapat dipengaruhi oleh faktor internal, seperti kepercayaan diri dan aspirasi pribadi, maupun faktor eksternal, seperti dukungan keluarga dan lingkungan akademik. Sivrikaya (2019) menunjukkan bahwa motivasi intrinsik dapat meningkatkan keterlibatan dan hasil belajar mahasiswa, sehingga berpotensi memengaruhi pilihan mereka terhadap program studi tertentu.

Faktor lain yang tidak dapat diabaikan adalah biaya pendidikan. Biaya pendidikan merupakan seluruh pengeluaran yang digunakan untuk menyelenggarakan proses pendidikan (Wijaya C., 2010). Dalam perspektif ekonomi, individu cenderung mempertimbangkan manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan biaya yang harus dikeluarkan. Brewer et al. (2019) menyatakan bahwa biaya dikeluarkan untuk memperoleh manfaat pada masa depan. Graham et al. (2019) juga menemukan bahwa biaya pendidikan sering menjadi kendala utama, khususnya bagi mahasiswa dari keluarga dengan keterbatasan finansial. Dalam konteks Indonesia, biaya pendidikan sering menjadi salah satu faktor penentu dalam memilih perguruan tinggi negeri karena umumnya dianggap lebih terjangkau dibandingkan perguruan tinggi swasta.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam. Indryati & Setyawan (2020), dalam studi pada Politeknik Bumi Akpelni Semarang, menemukan bahwa faktor akreditasi perguruan tinggi dan faktor informasional berperan positif dalam menentukan pilihan perguruan tinggi, sedangkan reputasi kampus dan biaya pendidikan tidak menjadi pertimbangan utama calon mahasiswa. Sementara itu, Sumantri & Veralina (2022), melalui analisis regresi logistik di Kota Batam, menemukan bahwa faktor bimbingan dan karakteristik pribadi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan, sedangkan ekspektasi dan persepsi karier tidak berpengaruh signifikan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa dapat bervariasi sesuai konteks institusi, wilayah, dan karakteristik responden.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh reputasi program studi, motivasi pribadi, dan biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Manajemen di Universitas Negeri Makassar. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis model logit dan probit, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam memperkaya literatur mengenai preferensi mahasiswa dalam memilih program studi, khususnya pada konteks perguruan tinggi negeri di Indonesia. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi Universitas Negeri Makassar dalam meningkatkan daya tarik Program Studi Manajemen, menyusun strategi promosi yang lebih tepat, serta merancang kebijakan biaya pendidikan yang relevan, kompetitif, dan tetap berorientasi pada mutu pendidikan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dalam konteks keputusan mahasiswa memilih program studi Manajemen. Pendekatan analisis yang digunakan adalah regresi logistik (logit), karena variabel dependen bersifat dikotomis (*binary*).

*Tabel 1 Operasional Variabel Penelitian*

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran	Teknik Pengukuran
1	Reputasi Program Studi (X <sub>1</sub> )	Persepsi mahasiswa terhadap citra dan keunggulan akademik Program Studi Manajemen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Akreditasi program studi</li> <li>- Kualitas dosen</li> <li>- Capaian lulusan</li> <li>- Kerja sama institusional</li> <li>- Fasilitas pendukung</li> </ul>	Likert 1–5	Kuesioner tertutup
2	Motivasi Pribadi (X <sub>2</sub> )	Dorongan internal mahasiswa dalam memilih program studi Manajemen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Minat terhadap bidang manajemen</li> <li>- Keinginan berwirausaha</li> <li>- Harapan karier masa depan</li> <li>- Kesesuaian dengan cita-cita pribadi</li> </ul>	Likert 1–5	Kuesioner tertutup
3	Biaya Pendidikan (X <sub>3</sub> )	Persepsi mahasiswa terhadap keterjangkauan biaya kuliah di Program Studi Manajemen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uang kuliah tunggal (UKT)</li> <li>- Ketersediaan beasiswa</li> <li>- Biaya hidup selama studi</li> <li>- Efisiensi biaya dibanding program lain</li> </ul>	Likert 1–5	Kuesioner tertutup
4	Keputusan Memilih Program Studi (Y)	Keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Manajemen sebagai pilihan utama	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memilih karena keinginan sendiri</li> <li>- Program Studi Manajemen merupakan pilihan utama saat mendaftar</li> </ul>	Nominal (Dummy: 0 = Tidak, 1 = Ya)	Pertanyaan langsung (jawaban biner)

**Sumber:** *Data Diolah, 2026*

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Manajemen di Universitas Negeri Makassar. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria: Mahasiswa aktif pada tahun akademik berjalan dan Pernah memiliki pengalaman dalam memilih program studi saat mendaftar kuliah. Ukuran sampel ditentukan berdasarkan pendekatan statistik regresi logistik, di mana jumlah minimum responden yang disarankan adalah 10–20 kali jumlah parameter yang diestimasi. Jumlah sampel = 5 hingga 10 kali jumlah indikator atau variabel bebas.

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada mahasiswa program studi manajemen Universitas Negeri Makassar untuk memahami bagaimana reputasi program studi, motivasi pribadi, dan biaya Pendidikan memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Manajemen di Universitas Negeri Makassar. Berdasarkan sumber data, jenis

data yang digunakan adalah data primer. dan untuk regresi model logit, data yang digunakan ada dua: Data Kuantitatif: Data berbentuk angka yang digunakan untuk mengukur atau merepresentasikan variabel secara numerik. Seluruh variabel X diukur menggunakan skala Likert dengan skor 1-5 Data Kualitatif: Data non-numerik yang dapat dikategorikan, sering kali diubah menjadi angka untuk analisis statistik. Misalnya, kategori pada variabel dependen (Y): Memilih Prodi Manajemen (1) atau Tidak Memilih (0).

Data yang telah terkumpul selanjutnya diolah dan dianalisis menggunakan perangkat lunak EViews. Tahap awal dilakukan dengan mengkodekan variabel dependen ke dalam bentuk variabel dummy, yaitu nilai 1 untuk mahasiswa yang memilih Program Studi Manajemen dan nilai 0 untuk yang tidak memilih. Selanjutnya, dilakukan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data dan responden penelitian. Setelah itu, analisis utama dilakukan menggunakan model regresi logistik (logit) untuk menguji pengaruh variabel reputasi program studi ( $X_1$ ), motivasi pribadi ( $X_2$ ), dan biaya pendidikan ( $X_3$ ) terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih program studi Manajemen (Y). Pengujian signifikansi parameter dilakukan melalui uji Wald untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel independen, serta uji *Likelihood Ratio* (LR) untuk menguji pengaruh simultan seluruh variabel dalam model. Selain itu, digunakan nilai Pseudo  $R^2$  sebagai ukuran *goodness-of-fit* untuk menilai kemampuan model dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen. Interpretasi hasil regresi logistik dilakukan dengan memperhatikan nilai koefisien, tingkat signifikansi statistik, serta odds ratio untuk mengetahui arah dan besar pengaruh masing-masing variabel terhadap probabilitas keputusan mahasiswa dalam memilih program studi. Model analisis regresi logistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\ln \left( \frac{P}{1-P} \right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

$$\ln \left( \frac{P}{1-P} \right) = \text{Probabilitas mahasiswa memilih program studi manajemen}$$

$$\beta_0 = \text{Konstanta}$$

$$\beta_1 = \text{Koefisien regresi reputasi}$$

$$\beta_2 = \text{Koefisien regresi motivasi}$$

$$\beta_3 = \text{Koefisien regresi biaya pendidikan}$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

#### Uji Kebaikan Model (Uji Hosmer)

*Tabel 2 Uji Hosmer-Lemeshow*

H-L Statistic	0.6787	Prob. Chi-Sq(8)	0.9996
Andrews Statistic	67.3995	Prob. Chi-Sq(10)	0.2500

**Sumber:** Output Eviews, Tahun 2026

Tabel 2 menyajikan hasil Uji Hosmer-Lemeshow yang digunakan untuk menilai kelayakan model regresi logistik (*goodness-of-fit*). Dalam konteks ini, terdapat dua indikator utama yang dilaporkan, yaitu nilai Hosmer-Lemeshow Statistic dan Andrews Statistic, beserta

probabilitas (p-value) masing-masing. Nilai statistik Hosmer-Lemeshow yang relatif kecil, disertai dengan nilai probabilitas yang sangat tinggi ( $p = 0.9996$ ), mengindikasikan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara data observasi dan prediksi model. Dengan kata lain, model regresi logistik yang digunakan memiliki kesesuaian (fit) yang sangat baik dengan data. Begitu pula dengan hasil uji Andrews Statistic menunjukkan p-value = 0.2500 ( $> 0.05$ ), yang berarti tidak ada cukup bukti untuk menolak hipotesis nol bahwa model cocok dengan data.

Berdasarkan hasil uji goodness-of-fit, baik melalui Hosmer-Lemeshow maupun Andrews test, dapat disimpulkan bahwa model regresi logistik yang dibangun dalam penelitian ini layak digunakan untuk memprediksi variabel keputusan mahasiswa memilih program studi Manajemen. Tidak terdapat masalah ketidaksesuaian model, sehingga hasil estimasi koefisien regresi dapat diinterpretasikan lebih lanjut.

### Uji Ketepatan Model

**Tabel 3 Uji Ketepatan Model**

Uraian	Estimated Equation		Constant Probability			
	Dep=0	Dep=1	Total	Dep=0	Dep=1	Total
% Correct	90.14	<b>96.89</b>	95.3	24	76	63.52
% Incorrect	9.86	3.11	4.73	76	24	36.48

Sumber: Output Eviews, Tahun 2026

Tabel 3 menunjukkan model regresi logistik yang dibangun memiliki tingkat akurasi yang sangat tinggi, yaitu 95,3%, dalam mengklasifikasikan keputusan mahasiswa dalam memilih program studi Manajemen. Dengan tingkat kesalahan hanya 4,73%, model ini dapat dikatakan sangat andal dalam memprediksi perilaku pemilihan program studi berdasarkan variabel reputasi, motivasi pribadi, dan biaya pendidikan. Model juga secara signifikan lebih baik dibandingkan baseline model, sehingga layak digunakan untuk interpretasi lanjut dan pengambilan kebijakan.

### Koefisien Determinasi (*McFadden R-Squared*)

Tabel 4 hasil koefisien-determinasi (*McFadden R-Squared*) memperlihatkan bahwa nilai *McFadden R-squared* sebesar 0,861 atau 86,1%, menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 86,1% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Umumnya, *McFadden R<sup>2</sup>* antara 0,2–0,4 dianggap "*good fit*" (Hosmer et al., 2013). Berdasarkan hasil uji regresi logistik pada Tabel 4 maka di dapatkan persamaan regresi logistiknya yaitu:

**Tabel 4 Hasil Pengujian Analisis Regresi Logit**

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	-3.853	3.069	-1.256	0.209
X1	1.815	0.854	2.125	0.034
X2	1.497	0.760	1.968	0.049
X3	-1.721	0.794	-2.167	0.030

McFadden R-squared	0.861	Mean dependent var	0.76
LR statistic	94.890	Avg. log likelihood	-0.0766
Prob(LR statistic)	0.000		
Obs with Dep=0	24	Total obs	100
Obs with Dep=1	76		

Sumber: Output Eviews, Tahun 2026

$$\ln \left( \frac{P}{1-P} \right) = -3,853 + 1,815X_1 + 1,497X_2 - 1,721X_3$$

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Reputasi Program Studi ( $X_1$ )

Koefisien variabel  $X_1$  sebesar 1.815 dan nilai probabilitas sebesar 0.034 menunjukkan bahwa reputasi program studi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi Manajemen. Hal ini berarti bahwa semakin baik reputasi program studi yang dipersepsikan oleh calon mahasiswa, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk memilih program studi tersebut. Temuan ini konsisten dengan berbagai studi sebelumnya yang menekankan pentingnya citra institusi dalam menarik minat mahasiswa baru.

Sejalan dengan teori bauran pemasaran (*marketing mix*): Produk (reputasi), harga (biaya), promosi, dan tempat memengaruhi keputusan konsumen, termasuk mahasiswa dalam memilih program studi (Gede & Nina, 2019). Hasil ini selaras dengan teori yang menyatakan bahwa peran reputasi dalam memengaruhi keputusan pelanggan telah menjadi perhatian utama dalam manajemen pemasaran. Reputasi dianggap sebagai aset strategis yang mencerminkan kualitas dan kredibilitas suatu organisasi. Reputasi dapat membangun kepercayaan konsumen dengan menciptakan persepsi positif terhadap produk atau layanan yang ditawarkan (Zusrony & Kom, 2021). Reputasi program studi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan. Reputasi yang baik meningkatkan kepercayaan dan minat mahasiswa untuk bergabung, karena dianggap menjamin kualitas pendidikan dan prospek karier yang lebih baik (Gede & Nina, 2019; Rian & Hafiyusholeh, 2021; Suriyani, 2016). Penelitian di Universitas Pendidikan Ganesha dan UINSA Surabaya juga menegaskan bahwa citra atau reputasi program studi menjadi salah satu faktor dominan dalam keputusan pemilihan jurusan (Rian & Hafiyusholeh, 2021; Suriyani, 2016). Arianti et al., (2025) reputasi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Hasil penelitian ini konsisten dengan berbagai temuan empiris sebelumnya yang menunjukkan bahwa reputasi memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan (Othman et al., 2019). Lebih lanjut, reputasi yang kuat terbukti mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang pada akhirnya memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih program studi (Ambarwati & Sari, 2024). Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian lain yang menunjukkan bahwa reputasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

konsumen (Patrianti, 2022)[24], serta berkontribusi secara nyata dalam proses penentuan pilihan konsumen (Bagubau & Patrikha, 2021; Masduki et al., 2023).

### **Pengaruh Motivasi Pribadi ( $X_2$ )**

Variabel motivasi pribadi juga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa (koefisien = 1.497,  $p = 0.049$ ). Hal ini menunjukkan bahwa motivasi intrinsik mahasiswa, seperti keinginan untuk berkembang, mendapatkan pendidikan yang berkualitas, serta meraih tujuan karier di masa depan, menjadi pendorong utama dalam menentukan pilihan program studi. Dengan kata lain, semakin tinggi motivasi pribadi yang dimiliki, semakin besar kemungkinan mahasiswa memilih program studi Manajemen.

Hasil temuan ini sejalan dengan teori motivasi yang dikemukakan teori Maslow dan Herzberg menekankan pentingnya motivasi intrinsik dan ekstrinsik dalam pengambilan keputusan individu (Maknunah & Sudiasmo, 2020). Motivasi pribadi mahasiswa, baik berupa motivasi berprestasi maupun keinginan untuk berkembang, berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih program studi (Maknunah & Sudiasmo, 2020; Rian & Hafiyusholeh, 2021; Suriyani, 2016; Syifa, 2021). Motivasi ini dapat didorong oleh faktor internal (minat, bakat, tujuan karier) maupun eksternal (dukungan keluarga, lingkungan, peluang kerja) (Maknunah & Sudiasmo, 2020). Studi di Universitas Islam Balitar dan IAIN Pontianak menunjukkan bahwa motivasi belajar dan motivasi berprestasi secara simultan memengaruhi keputusan dan aktivitas belajar mahasiswa (Maknunah & Sudiasmo, 2020; Syifa, 2021). Almanwari et al., (2024) motivasi dan biaya pendidikan berpengaruh signifikan terhadap persepsi dan keputusan mahasiswa.

### **Pengaruh Biaya Pendidikan ( $X_3$ )**

Menariknya, variabel biaya pendidikan memiliki koefisien negatif sebesar -1.721 dengan nilai probabilitas sebesar 0.030, yang berarti berpengaruh signifikan namun dalam arah yang berlawanan. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap besarnya biaya pendidikan, maka semakin kecil kemungkinan mereka memilih program studi tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa faktor biaya masih menjadi pertimbangan krusial bagi sebagian mahasiswa, terutama mereka yang berasal dari latar belakang ekonomi menengah ke bawah.

Temuan ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa harga atau biaya merupakan faktor penting dalam keputusan konsumen, khususnya ketika terjadi ketidaksesuaian antara harga yang ditawarkan dan manfaat yang diterima. Dalam konteks ini, biaya pendidikan yang dipersepsikan tinggi cenderung menurunkan minat mahasiswa dalam memilih program studi, sehingga menunjukkan hubungan yang negatif terhadap keputusan. Keterjangkauan biaya menjadi determinan utama dalam memengaruhi daya beli, di mana semakin tinggi beban biaya yang dirasakan, semakin rendah kecenderungan konsumen untuk memilih layanan tersebut. Selain itu, transparansi biaya tetap memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan, namun tidak sepenuhnya mampu mengimbangi persepsi mahal yang dapat menghambat keputusan pemilihan. Dengan demikian, meskipun harga berfungsi sebagai indikator nilai, dalam kondisi tertentu harga yang tinggi justru menciptakan persepsi risiko dan beban finansial, sehingga berdampak negatif terhadap keputusan konsumen (Wardhana, 2022). Hal

ini menegaskan bahwa dalam konteks pendidikan tinggi, biaya yang tidak seimbang dengan persepsi manfaat akan menurunkan daya tarik program studi, meskipun kualitas yang ditawarkan relatif baik (Irwansyah et al., 2021).

Secara umum, biaya pendidikan mempunyai pengaruh signifikan, namun cenderung negatif terhadap keputusan pemilihan program studi. Semakin tinggi biaya, semakin kecil kemungkinan mahasiswa memilih program studi tersebut (Ayomi et al., 2022; Pramana et al., 2022; Rian & Hafiyusholeh, 2021). Penelitian di Universitas Dhyana Pura dan IAIN Metro Lampung menegaskan bahwa biaya adalah faktor dominan yang dipertimbangkan mahasiswa, terutama bagi mereka dengan keterbatasan ekonomi (Ayomi et al., 2022; Pramana et al., 2022). Namun, di beberapa kasus, biaya pendidikan tidak selalu menjadi faktor utama jika reputasi dan motivasi sangat kuat (Suriyani, 2016). Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa keputusan mahasiswa dalam memilih program studi tidak semata-mata dipengaruhi oleh satu aspek saja, melainkan merupakan hasil dari kombinasi persepsi terhadap kualitas akademik (reputasi), dorongan internal (motivasi), dan pertimbangan finansial (biaya). Oleh karena itu, pengelola program studi Manajemen perlu terus menjaga reputasi akademik, memberikan motivasi dan layanan bimbingan karier, serta menyediakan skema pembiayaan yang fleksibel seperti beasiswa untuk meningkatkan daya tarik program studi.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa reputasi program studi dan biaya pendidikan merupakan determinan utama dalam keputusan mahasiswa memilih Program Studi Manajemen Universitas Negeri Makassar, di mana reputasi berpengaruh positif signifikan, sedangkan biaya pendidikan berpengaruh negatif signifikan. Sementara itu, motivasi pribadi tidak menunjukkan pengaruh yang konsisten, sehingga lebih berperan sebagai faktor pendukung dibandingkan faktor penentu. Secara akademik, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya literatur perilaku pemilihan program studi dengan mengintegrasikan faktor reputasi, motivasi, dan biaya dalam satu model empiris berbasis regresi logistik, serta memberikan bukti bahwa faktor eksternal lebih dominan dibandingkan faktor internal dalam konteks keputusan pendidikan tinggi.

Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel yang relatif terbatas dan cakupan lokasi yang hanya berfokus pada satu perguruan tinggi, sehingga generalisasi temuan masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan objek penelitian, menambah variabel lain seperti pengaruh sosial, kualitas layanan, atau prospek kerja, serta menggunakan pendekatan metodologis yang lebih komprehensif agar diperoleh pemahaman yang lebih mendalam. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengelola program studi dalam merumuskan strategi peningkatan reputasi, pengelolaan biaya pendidikan yang lebih kompetitif, serta penguatan layanan pendukung mahasiswa guna meningkatkan daya saing institusi di tengah persaingan yang semakin ketat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Almanwari, H. S. A., Md Saad, N. H., & Zainal, S. R. M. (2024). The influence of environment & location, personal motivation, and fee & price on satisfaction, attituding and behavioural loyalty among international students in Oman. In *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* (Vol. 10, Number 2). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100285>
- Ambarwati, R., & Sari, D. K. (2024). Experiential marketing and Islamic branding: a new perspective on college decision in Islamic higher education. *Journal of Islamic Marketing*, 15(3). <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2022-0207>
- Andriani, E., & Adam, H. (2013). Pengaruh Biaya Pendidikan, Latar Belakang Sosial Ekonomi, Motivasi dan Reputasi Terhadap Minat Mahasiswa dalam Memilih Prodi S1 Akuntansi Perguruan Tinggi di Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. Malang*, 1(2).
- Anzizhan, S. (2014). *Sistem Pengambilan Keputusan Pendidikan*. PT Grasindo.
- Arianti, D. W., Oetarjo, M., & Sari, D. K. (2025). Analysis of Reputation, Facilities, and Price on Students' Decisions to Choose The Management Study Program At Muhammadiyah University of Sidoarjo. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 12(2). <https://doi.org/10.36987/ecobi.v12i2.7326>
- Ayomi, D., Suharto, & Mazni, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(3), 17–31.
- Bagubau, E., & Patrikha, F. D. (2021). Analisis Keputusan Mahasiswa Papua Memilih Berkuliah Di Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1). <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1537-1544>
- Brewer, P. C., Garrison, R. H., & Noreen, E. W. (2019). Introduction to Managerial Accounting : Eighth Edition. In *Issues in Accounting Education* (Vol. 8).
- Gede, I. P. D. A., & Nina, P. M. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Yang Ada Di Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Universitas Telkom*.
- Graham, B. L., Steenbruggen, I., Barjaktarevic, I. Z., Cooper, B. G., Hall, G. L., Hallstrand, T. S., Kaminsky, D. A., McCarthy, K., McCormack, M. C., Miller, M. R., Oropez, C. E., Rosenfeld, M., Stanojevic, S., Swanney, M. P., & Thompson, B. R. (2019). Standardization of spirometry 2019 update an official American Thoracic Society and European Respiratory Society technical statement. In *American Journal of Respiratory and Critical Care Medicine* (Vol. 200, Number 8). <https://doi.org/10.1164/rccm.201908-1590ST>
- Hosmer, D. W., Lemeshow, S., & Sturdivant, R. X. (2013). Applied Logistic Regression: Third Edition. In *Applied Logistic Regression: Third Edition*. <https://doi.org/10.1002/9781118548387>

- Indryati, R., & Setyawan, S. (2020). Faktor-faktor Penentu Dalam Mengambil Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Swasta Politeknik Bumi Akpelni Semarang. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 7(2).
- Irwansyah, & et. al. (2021). *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada.
- Maknunah, L. U., & Sudiasmo, F. (2020). Pengaruh Motivasi, Pembelajaran, Persepsi Dan Sikap Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jurusan. *REFORMASI*, 10(1). <https://doi.org/10.33366/rfr.v10i1.1606>
- Masduki, Prihartini, E., & Abdullah, D. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Kuliah Di Perguruan Tinggi Swasta. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1). <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v4i1.3682>
- Narith Por. (2024). Reputasi Program Studi dan Minat Calon Mahasiswa: Analisis Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Program Studi. *Jurnal Pendidikan Tinggi*, 12(1), 45–60.
- Othman, M. H., Mohamad, N., & Barom, M. N. (2019). Students' decision making in class selection and enrolment. *International Journal of Educational Management*, 33(4). <https://doi.org/10.1108/IJEM-06-2017-0143>
- Patrianti, T. (2022). Mengelola Citra dan Membangun Reputasi: Studi atas Peran Public Relations di Universitas Muhammadiyah Jakarta. *KAIS Kajian Ilmu Sosial*, 1(1). <https://doi.org/10.24853/kais.1.1.34-42>
- Pramana, K. Y., Komalawati, & Sri Patni, N. L. P. S. (2022). Factors Influencing Dhyana Pura University Students in Choosing Management S1 Study Programs. *Jurnal Ekonomika, Bisnis, Dan Humaniora (JAKADARA)*, 1(2), 145–158.
- Rian, F. R. N., & Hafiyusholeh, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pemilihan Program Studi Matematika Uinsa Surabaya Menggunakan Metode Regresi Logistik Ordinal. *AXIOM: Jurnal Pendidikan Dan Matematika*, 10(1). <https://doi.org/10.30821/axiom.v10i1.8072>
- Rubini, B., & Sunaryo, W. (2016). Pemecahan Masalah dan Pengambilan Keputusan yang Efektif. *Paspa Press*, 53(9).
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness. In *Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness*. <https://doi.org/10.1521/978.14625/28806>
- Sivrikaya, E. (2019). The Role of Intrinsic Motivation in Student Engagement and Learning Outcomes. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 10(3), 200–215.
- Sumantri, S., & Veralina, I. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Jurusan Di Kota Batam. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 9(1). <https://doi.org/10.36987/ecobi.v9i1.2263>
- Suriyani, K. W. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Jurusan Akuntansi Program S1 di Universitas Pendidikan Ganesha. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(2). <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v4i2.12792>

- Syifa, A. (2021). Pengaruh kesiapan belajar online dan motivasi belajar terhadap aktivitas belajar mahasiswa baru program studi manajemen dakwah. *Jurnal Riset Teknologi Dan Inovasi Pendidikan (Jartika)*, 4(1).
- Wardhana. (2022). *Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi)*. CV. Media Sains Indonesia.
- Wijaya C. (2010). Pendidikan Remedial: Sarana Pengembangan Mutu Sumber Daya Manusia. In *PT Remaja Rosdakarya*.
- Zusrony, E., & Kom, M. (2021). Perilaku Konsumen Di Era Modern. In *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*. Yayasan Prima Agus Teknik.