

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
MAHASISWA MEMILIH PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FKIP UNS (STUDI PADA ANGKATAN 2014 DAN 2015)**

Testian Yushli Ana, Sunarto , Sudarno

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Abstract:*This study purpose to determine the factors that influence the decision of the students chose Economic Education Studies Program of FKIP UNS in force in 2014 and 2015. This research is a survey method . The analysis used in this research is factor analysis .The population in this study were students Economic Education Studies Program class of 2014 and 2015 , amounting to 122 students. The sample in this study was 115 respondents in the manner five times 23 the number of overall indicators . The sampling technique used in this research is purposive sampling . The data used are primary data obtained by distributing questionnaires . In this study, the independent variables used are the social variables , personal , motivation , references , promotion , facilities , reputation , and the cost of the dependent variable student's decision choosing Economic Education Studies Program of FKIP UNS .The results of this study indicate that there are four factors that influence the decision of students choosing Economic Education Studies Program of FKIP UNS . These factors are: (1) factors image factor with eigenvalues highest of 1,585 and variants 19.808 % , (2) social factors with a variant of 15.126 % , the cost factor with a variant of 13.881 % , and the reference factor with a variant of 12.714 % , with total variance can be explained amounted to 61.530 % .*

Kata Kunci:*FactorAnalysis , Choosing Decision , Students Decision Factor*

PENDAHULUAN

Pendidikan menjadi suatu cara untuk meningkatkan taraf kehidupan, dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Melalui pendidikan seseorang mendapat binaan dan bimbingan untuk mengembangkan bakat, minat, dan

intelektualnya sebagai modal menghadapi persaingan dalam dunia kerja dan menjaga eksistensinya.

Menilik dan mengacu Undang - undang Nomor 20 tentang Sistem Pendidikan Nasional Bab 1 Ketentuan Umum Pasal 1 ayat 8

menyatakan bahwa jenjang pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai, dan kemampuan yang dikembangkan. Berdasarkan isi Undang-Undang tersebut jenjang pendidikan formal di Indonesia terdiri dari pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi.

Perguruan tinggi merupakan jenjang pendidikan akhir yang diselenggarakan untuk menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik dan profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian. Perguruan tinggi menjadi salah satu sarana dalam penyelenggaraan dan pengembangan pendidikan yang dapat meningkatkan mutu kehidupan masyarakat, bangsa, dan negara.

Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS) sebagai salah satu

Perguruan Tinggi Negeri di Indonesia juga menawarkan FKIP sebagai salah satu Fakultas yang ada di dalamnya. FKIP UNS memiliki banyak pilihan program studi (prodi). Salah satu Prodi yang ada di FKIP UNS adalah Pendidikan Ekonomi. Pendidikan Ekonomi yang ada di FKIP UNS diibaratkan sebagai proses produksi dari sebuah perusahaan atau industri dalam hal ini adalah industri jasa. Berdasarkan data Angka Keketatan Persaingan Tahun 2014 dan 2015 menunjukkan angka kenaikan peminat pada masing-masing jalur masuk yang diselenggarakan oleh pihak UNS untuk Program Studi Pendidikan Ekonomi.

Tabel 1. Angka Ketetapan Persaingan (AKP) Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS Tahun 2014 dan 2015.

No	TAHUN	SNMPTN			SBMPTN			UMB-PT/SWADANA			TOTAL		
		MINAT	TERIMA	AKP	MINAT	TERIMA	AKP	MINAT	TERIMA	AKP	MINAT	TERIMA	AKP
1	2014	195	30	1:07	207	25	1:08	122	11	1:11	524	66	1:08
2	2015	835	30	1:28	815	22	1:37	475	23	1:21	2125	75	1:28

Mahasiswa tentu memiliki alasan yang berbeda dalam memilih Prodi Pendidikan Ekonomi. Berdasarkan dengan penjelasan di atas, maka penulis merumuskan judul **“Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS (Studi Pada Angkatan 2014 dan 2015)”**.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah memperoleh temuan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan mahasiswa pada angkatan 2014 dan 2015 memilih Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS.

KAJIAN PUSTAKA

Pengambilan Keputusan

Simon dalam Turban (2004:34) menjelaskan bahwa

pengambilan keputusan adalah sebuah proses memilih tindakan (diantara berbagai alternatif) untuk mencapai suatu tujuan atau beberapa tujuan. Simon dalam Turban (2004:34) menjelaskan bahwa pengambilan keputusan adalah sebuah proses memilih tindakan (diantara berbagai alternatif) untuk mencapai suatu tujuan atau beberapa tujuan.

Jasa Layanan Pendidikan

Lupiyadi Rambat (2006:6) menyebutkan, “Secara sederhana layanan pendidikan bisa diartikan dengan jasa pendidikan. Kata jasa (*service*) itu sendiri memiliki beberapa arti, mulai dari pelayanan pribadi (*personal service*) sampai pada jasa sebagai suatu produk”. Pendidikan sebagai produk jasa merupakan sesuatu yang tidak

berwujud akan tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang diproses dengan menggunakan atau tidak menggunakan bantuan produk fisik dimana proses yang terjadi merupakan interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa yang mempunyai sifat yang tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan. Jasa bukan barang melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud.

Model model Pengambilan Keputusan

Schiffman-Kanuk (2004:8) menerangkan tentang definisi perilaku konsumen sebagai perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam pencariannya untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi, membuang produk, jasa dan ide yang mungkin dapat memenuhi kebutuhan mereka. Model lima tahap proses keputusan pembelian atau “model tingkat” konsumen menurut Kotler (2008:184) yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian. Proses pembelian

dimulai jauh sebelum pembelian aktual dan mempunyai konsekuensi dalam waktu lama setelahnya. Model dari Schiffman-Kanuk merefleksikan adanya proses kognitif atas pemecahan masalah yang dialami oleh konsumen dan terdiri dari tiga komponen utama yaitu Input, Proses, dan Output. Motivasi menurut Schiffman dan Kanuk (2007:72) dapat digambarkan sebagai tenaga pendorong dalam setiap individu yang membuat mereka untuk bertindak atau melakukan reaksi yang muncul untuk memenuhi kebutuhannya. Para individu secara sadar maupun tidak sadar berusaha untuk mengurangi ketegangannya dengan cara memenuhi kebutuhan mereka yang belum terpenuhi.

Hal tersebut juga dialami oleh mahasiswa FKIP UNS yang telah menjatuhkan pilihannya pada Program Studi Pendidikan Ekonomi. Alasan-alasan atau faktor-faktor pertimbangan yang mereka lalui pada dasarnya berbeda-beda satu sama lain juga memiliki perilaku yang berbeda setelah keputusan tersebut diambil.

Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa

Mahasiswa memilih jurusan atau prodi yang akan mereka tempuh pada pendidikan tinggi merupakan sebuah cara dalam perencanaan karirnya. Dalam proses memilih dan memutuskan seringkali seseorang dihadapkan pada kebingungan, hal ini tidak dapat dipungkiri karena jurusan yang dipilih akan menjadi gerbang pertama dalam memilih karir di masa depan.

Penelitian mengenai analisis faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa telah beberapa kali dilakukan, diantaranya Feri Prasetyo (2015) menunjukkan adanya pembentukan faktor-faktor baru hasil dari analisis faktor dalam menentukan jurusan adalah: sesuai kemampuan dan harapan, kesenangan, dorongan pihak luar, pertimbangan animo masyarakat, sesuai hobi, status ekonomi, kelengkapan sarana dan prasarana, dukungan keluarga, informasi relasi, favorit, dan dukungan teman. Dari faktor-faktor tersebut yang paling dominan mempengaruhi keputusan

pemilihan jurusan adalah faktor animo masyarakat. Sebagian besar dari level motivasi mahasiswa memilih jurusan manajemen informatika karena tempat kerja. Melissa W. Migin (2015) dilihat dari konfirmasi mahasiswa yang berasal dari berbagai elemen menunjukkan adanya tiga faktor utama yaitu (1) karakteristik kelembagaan, yang terdiri dari variabel finansial berupa *cost* (biaya) pendidikan, dan variabel non finansial berupa reputasi akademik, lokasi, program, dan fasilitas. (2) *significant others* adalah adanya pengaruh dari kelompok-kelompok individu tertentu atau individu yang memengaruhi proses pilihan calon siswa. Kelompok atau individu tersebut didefinisikan sebagai teman, orang tua, konselor, siswa lain, guru, dan petugas penerimaan perguruan tinggi. (3) komunikasi pemasaran melalui media cetak (brosur, prospektus, iklan di koran, dan majalah asing maupun luar negeri), teknologi (internet, CD- ROM, dan *website* perguruan tinggi/universitas), dan efisiensi komunikasi dengan calon

mahasiswa (pameran pendidikan dan komunikasi melalui email).

Rancangan penelitian yang disusun pada penelitian ini adalah pembagian delapan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan memilih mahasiswa, diantaranya adalah faktor sosial, faktor pribadi, faktor referensi, faktor fasilitas, faktor promosi, faktor reputasi, dan faktor biaya. Di dalam delapan faktor yang telah disusun terdapat beberapa indikator di dalamnya yang membentuk faktor tersebut. Pada rancangan penelitian ini memiliki 23 indikator yang membentuk kedelapan faktor.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini juga merupakan penelitian yang bersifat eksploratif, yaitu suatu penelitian yang bermaksud

mengeksplorasi variabel – variabel atau indikator – indikator dominan yang membentuk faktor – faktor. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS angkatan 2014 dan 2015 dengan total 122 mahasiswa. Pada penelitian analisis faktor, sampel yang digunakan sebanyak 5 sampai 10 responden pada tiap jumlah variabel indikator yang ditetapkan pada analisis faktor. Sampel pada penelitian analisis faktor ini adalah 115 responden, dengan 23 jumlah indikator variabel. Teknik pengambilan sampel dengan cara *stratified sampling*, yaitu setiap mahasiswa memiliki kesempatan menjadi responden. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner/angkat dan menggunakan teknik analisis data menggunakan SPSS 23.0 *for windows*.

HASIL PENELITIAN

Deskriptif Data

Tabel 1. Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	%
Kuesioner yang terkumpul	115	100
Kuesioner yang memenuhi syarat	115	100

Berdasarkan tabel di samping ditunjukkan bahwa jumlah kuesioner

yang terkumpul sebanyak 100% dan kuesioner yang memenuhi syarat untuk penelitian 100%.

Tabel 2 Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1,585	19,808	19,808
2	1,210	15,126	34,934
3	1,111	13,881	48,816
4	1,017	12,714	61,530
5	,989	12,359	73,889
6	,817	10,211	84,100
7	,692	8,648	92,748
8	,580	7,252	100,000

(Sumber : *Print Out SPSS*)

Tabel 3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS

No	Nama Faktor	Variabel	Faktor Loading
1	Faktor 1	Reputasi	0.826
		Fasilitas	0.803
		Sosial	0.745
		Motivasi	0.734
2	Faktor 2	Promosi	0.734
3	Faktor 3	Biaya	0.682
		Referensi	0.581
4	Faktor 4	Pribadi	0.549

(Sumber : *Print Out SPSS*)

Suliyanto (2005) menyatakan bahwa, untuk menentukan nama faktor yang telah terbentuk dalam analisis faktor, dapat dilakukan dengan dua cara yaitu: (1) memberikan nama faktor yang dapat mewakili nama-nama variabel yang membentuk faktor tersebut, (2) memberikan nama faktor berdasarkan variabel

yang memiliki nilai *loading factor* tertinggi. Berdasarkan Tabel 3, terdapat 4 faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS yaitu faktor citra, faktor sosial, faktor biaya, dan faktor referensi. Faktor 1 memiliki total *eigenvalue* 1,585 dengan nilai varian sebesar 19,808%, faktor 2 memiliki total *eigenvalue* 1,210 dengan nilai varian sebesar 15,126%, faktor 3 memiliki total *eigenvalue* 1,111 dengan nilai varian sebesar 13,881% dan faktor 4 memiliki total *eigenvalue* 1,017 dengan nilai varian sebesar 12,7145. Keempat faktor tersebut mempunyai total *percentage of variance* sebesar 61,530% artinya keempat faktor tersebut mampu menjelaskan pengaruhnya sebesar 61,530% terhadap keputusan mahasiswa memilih Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS.

Berdasarkan pengujian hipotesis konseptual, untuk menentukan dimensi atau faktor yang paling dominan mempengaruhi mahasiswa dalam memutuskan memilih Prodi digunakan parameter koefisien

varimax rotation. Diambil dari dimensi atau faktor keputusan mahasiswa yang paling mendekati +1 atau mendekati -1. Nilai yang mendekati 1 diawali oleh nilai 0,5 sedangkan nilai yang mendekati -1 diawali oleh -0,5.

Berdasarkan Tabel 3, maka faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS adalah faktor citra dengan nilai *varimax rotation* 19,808%. Tabel 4 menjelaskan pemetaan variabel-variabel pembentuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS.

PEMBAHASAN

Faktor pertama yang mempengaruhi mahasiswa memilih Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS adalah faktor citra, yang terbentuk dari variabel reputasi dan variabel fasilitas. Kedua variabel disebut sebagai faktor citra karena pengelolaan reputasi diawali dengan pengelolaan citra, yang diharapkan dalam akumulasi waktu yang lama

akan membentuk reputasi. Jadi dapat dimulai dengan membentuk citra dalam koridor manajemen merek. Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2006) konsumen akan menilai jasa yang mereka dapatkan berdasarkan 3 elemen, yaitu: *people*, *process*, dan *physical evidence*. Ketiga elemen inilah yang disebut sebagai *the evidence of service* yang mempresentasikan jasa sehingga mudah dirasakan oleh mahasiswa. Program studi merupakan salah bentuk jasa yang ditawarkan dalam ranah pendidikan. Fasilitas diumpamakan sebagai konsep produk yang diyakini bahwa konsumen menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, atau fitur inovatif terbaik. Semakin baik dan lengkap fasilitas yang dimiliki sebuah Prodi maka seorang calon mahasiswa akan semakin tertarik untuk memilih Prodi tersebut, bisa jadi dikarenakan faktor kenyamanan dan efisiensi.

Faktor sosial terbentuk dari variabel sosial, motivasi, dan promosi yang terhimpun menjadi satu kesatuan dan membentuk satu faktor baru. Faktor ini dinamakan

faktor sosial karena dari ketiga variabel, *loading factor* tertinggi berada pada variabel sosial yaitu 0,745. Sudarno dalam Salim (2002) menekankan pengertian sosial pada strukturnya, yaitu suatu tatanan dari hubungan-hubungan sosial dalam masyarakat yang menempatkan pihak - pihak tertentu (individu, keluarga, kelompok, kelas) didalam posisi-posisi sosial tertentu berdasarkan suatu sistem nilai dan norma yang berlaku pada suatu masyarakat pada waktu tertentu. Berdasarkan model sederhana proses pengambilan keputusan konsumen oleh Schiffman dan Kanuk (2004:553), ketiga variabel tersebut termasuk dalam satu komponen input. Komponen input yang ada meliputi pengaruh dari luar yang berlaku sebagai sumber informasi dan mempengaruhi konsumen melalui nilai dan perilaku yang berhubungan dengan produk. Komponen input terdiri dari input pemasaran dan input sosiokultural. Promosi merupakan usaha Prodi untuk menarik perhatian dan minat calon mahasiswa maupun lingkungannya. Dari perhatian dan

ketertarikan yang ada, muncul motivasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Faktor tunggal yang terbentuk dalam analisis faktor adalah variabel biaya dengan *loading factor* 0,682. Menurut Kotler (2002) dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Faktor referensi terbentuk dari variabel referensi dan pribadi, *Loading factor* tertinggi berada pada variabel referensi yaitu 0,581. Referensi adalah rujukan yang diajukan oleh pihak-pihak tertentu. Menurut Kotler (2008:172) faktor pribadi meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli; pekerjaan dan keadaan ekonomi; keperibadian dan konsep diri; serta gaya hidup dan nilai. Dari karakteristik ini mempunyai dampak langsung terhadap perilaku konsumen.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor mempengaruhi mahasiswa memutuskan memilih Prodi Pendidikan Ekonomi. Dari 8 variabel yang mempengaruhi mahasiswa memutuskan memilih Prodi Pendidikan Ekonomi dilakukan uji kelayakan faktor dan ke 8 variabel layak dimasukkan dalam analisis faktor. Terbentuk 4 faktor dari 8 variabel, faktor tersebut yaitu faktor citra, faktor sosial, faktor biaya, dan faktor referensi. Simpulan tersebut diperoleh berdasarkan rotasi *varimax* dengan asumsi bahwa faktor-faktor yang digunakan berkorelasi sehingga diperoleh 4 faktor yang mempengaruhi keputusan memilih Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. Faktor-faktor tersebut yaitu: faktor citra dengan nilai *eigen* paling tinggi 1,585 dan varian 19,808%, faktor kedua adalah faktor sosial dengan varian 15,126%, faktor ketiga adalah faktor biaya dengan varian 13,881%, dan faktor keempat adalah faktor referensi dengan varian 12,714%, dengan total varian yang dapat dijelaskan sebesar 61,530%.

SARAN

Bagi Program Studi

Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS sangat perlu memerhatikan reputasi dengan terus menjaga dan meningkatkan hal-hal yang berkaitan dengan reputasi Prodi dan meningkatkan kegiatan promosi agar informasi tentang Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS dapat diterima oleh calon mahasiswa secara lengkap dan memadai.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya menggunakan delapan variabel yang diuji cobakan dalam analisis factor dan belum menjelaskan hubungan antara faktor-faktor yang telah terbentuk.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi,. (2005). *Manajemen Penelitian* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi,. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Baterson, 1992. *Managing Service Marketing*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Buchari Alma & Ratih Hurriyati. 2009 *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung : Alfabeta
- Bungin, Burhan . 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Dantes, Nyoman. 2012. *Metode Penelitian*. CV Andi Offset : Yogyakarta
- Depdiknas. *Standar Nasional Pendidikan*. (Jakarta: Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 2005 Pasal 28).
- Engel, James F.,et al,. 2005. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Fandy Tjiptono. *Service Manajemnt Mewujudkan Layanan Prima*. (Yogyakarta : ANDI Yogyakarta, 2008) Hal:95
- Harahap, Novita. 2004. *“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Menempuh Pendidikan pada Politeknik LP3I Medan”*. Tesis. Program Pasca Sarjana Program Studi Ilmu Manajemen Universitas Sumatra Utara. Medan.
- Kotler, Philip, Gery Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1. Edisi Ketiga belas*. Alih bahasa Bob Sabran. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Marketing Manajemen 10th edition, (Upper Saddle River: Prentice Hall. Inc). Hal: 54 *Kualitatif, dan R&D*”. Alfabeta: Bandung.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Analisa*

- perencanaan, Implementasi dan control, Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan jilid 2, Jakarta, Prehalindo, alih bahasa oleh Hendra Teguh S.E.,A.K., dan Ronny A. Rusli, S.E.
- Lamb, Hair dan McDaniel. 2001. *Pemasaran. Buku 1. Edisi Pertama*. Salemba Empat.
- M. Iqbal Hasan, 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Penerbit Ghalia Indonesia : Jakarta.
- M. Sulthon Masyhudi. 2005. *Manajemen Pondok Pesantren*. Jakarta: Diva Pustaka
- M.N. Nasution. *Manajemen Jasa Terpadu*. 2004. Bogor : Ghalia Indonesia
- Magyar Slamet Permana & Jony Oktavian Haryanto. *Pengaruh Country Of Origin, Brand Image dan Persepsi Kualitas terhadap Intensi Pemebelian*. 2014. Jurnal Manajemen/Volume XVIII, No. 03 Oktober 2014: 365-380.
- Maholtra, N.K. 1994. *Marketing Research: An Aplied Orientation*. 2nd Edition. Prentice-Hall, Inc
- Malhotra, Naresh K. 2009. Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan Jilid 1. Alih bahasa Soleh Riyadi. Maryam Edisi Ke Empat. PT.Indeks. Jakarta.
- Marzuki Mahmud. 2012. *Manajemen Mutu Perguruan Tinggi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Nurwakhidah. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. 2014. Skripsi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah
- Oteng Sutisno. 1985. *Administrasi Pendidikan*. Bandung : Angkas
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Vol 2, Edisi Ketujuh, Terjemahan*. (Jakarta : Lembaga Penerbit FE-UI, 1999) Hal : 14
- Pramesti, G. 2006. *Panduan Lengkap SPSS 13.0 dalam Mengolah Data Statistik*. Jakarta: PE Elex Media Komputindo.
- Prasetijo, Ristiyanti & Ihalauw. 2004. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset
- Prasetyo, Fery. *Analisis Faktor Pengambilan keputusan mahasiswa memilih Jurusan MI*. 2015. Bekasi : Konferensi Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (KNIT)
- Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurahman. *Analisis Korelas, regresi, dan Jalur Penelitian* (Bandung:

- Pustaka Setia, 2007) hlm 13
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : Andi Offset
- Santoso, Singgih. 2006. *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI: Menggunakan SPSS untuk Statistik Multivariat*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sarwono Jonatan. *Statistik itu Mudah, Panduan Lengkap Belajar Komputansi Statistik Menggunakan SPSS 16*. Andi Offset. Yogyakarta. 2009
- Schiffman, G Leon & Kanuk, L. Leslile. *Consumer Behavior*. New Jersey : Prentice Hall. 2000
- Schiffman, L.G dan Kanuk, Lesley L, 2007. *Consumer Behavior*, New Jersey: Perason Prestice Hall.
- Schiffman, Leon. G; Leslie Kanuk. 2004. *Consumer Behaviour*. New jersey : Pearson Prentice Hall, Inc.
- Simamora, Bilson. 2005. Analisis Multivariat Pemasaran. PT Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Sri Minarti. *Manajemen Sekolah*. 2012. AR-RUZ MEDIA: Jogjakarta
- Sugiyono. 2010. "Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Alfabeta: Bandung
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Supranto, J. 1997. *PengukuranTingkat Kepuasan Pelanggan*. PT Rineka Cipta: Jakarta
- Tim dosen administrasi Universitas Pendidikan Indonesia. *Manajemen Pendidikan*. Hal 334
- Tim dosen administrasi Universitas Pendidikan Indonesia. *Manajemen Pendidikan*. Hal 335
- Turban, Efraim, *Decision Support and Expert Systems: Management Support Systems, Forth Edition, Prentice-Hall, Inc., United States of America*. 2004
- Valarie A. Zeithaml & Mary Jo Bitner. 2008. *Service Marketing*. The McGraw Hill Companies, Inc.
- Veithzal Rivai dan Deddy Mulyadi. 2003. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. PT Rajagrafindo Persada: Jakarta
- Wahdi, Mohamad. 2011. "Riset Pemasaran (Teori dan Aplikasi Untuk
- Widoyoko, Eko Putro. 2012. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Belajar
- Zeithaml, Bitner and Gremler, 2006, *Service Marketing*, Fourth edition, Prentice Hall; exclusive right by Mc Graw-Hill

Zethmml, Valarie, Mary Jo Bitner,
Dwayne D.Gremler. 2006.
Service Marketing.
McGraw-Hill International
Edition

<http://data.go.id/dataset/guru-berdasarkan-kualifikasi>
diakses pada 02 Maret
2016 Pukul 08.13



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PENDIDIKAN TATA NIAGA**

Jl. Ir. Sutami No 36A Surakarta 57126 Telp./ Fax (0271) 648939, 669124

Website: <http://ptn.fkip.uns.ac.id/>

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ARTIKEL ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa artikel ilmiah dengan judul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
MAHASISWA MEMILIH PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNS
(STUDI PADA ANGKATAN 2014 DAN 2015)**

Ditulis oleh:

Nama : Testian Yushli Ana

NIM : K7412172

Jurusan/ Prodi/ BKK : Pendidikan Ekonomi

Telah direview dan layak untuk dipublikasikan di jurnal online BKK PTN.

Mohon dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya dan terima kasih.

Surakarta, Juli 2016

Pembimbing I

Drs. Sunarto, MM.

NIP. 195408061980031002

Pembimbing II

Sudarno, S.Pd, M.Pd

NIP. 196811251994031002