



Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen Vol 1, (2), 2017, 145-158
JURNAL INSPIRASI BISNIS & MANAJEMEN
Published every June and December e-ISSN: 2579-9401, p-ISSN: 2579-9312
Available online at <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>



Pengaruh Persepsi, Akreditasi Prodi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Program Studi Akuntansi Pada Politeknik Harapan Bersama

Bahri Kamal, Ghea Dwi Rahmadiane
Program Studi DIII Akuntansi
Politeknik Harapan Bersama, Tegal, Indonesia

Abstract. *This study aims to analyze the influence of students' perceptions, accreditation of study program, and promotion toward students' decision to choose Accounting study program in Polytechnic of Harapan Bersama. This is a quantitative research with sampling technique based on questionnaire and interview. Population in this research is 545 Accounting students from the class of 2016 in Polytechnic of Harapan Bersama. The number of samples in this study amounted to 231 respondents calculated using Slovin formula. The analysis tool used in this research is Multiple Regression Analysis using SPSS. The result shows that students' perception, accreditation of study program, and promotion have an effect on students' decision and accreditation becomes the most influential variable to choose Accounting study program in Polytechnic of Harapan Bersama.*

Keyword : *Students' perception; accreditation of study program; promotion*

Abstrak, *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi mahasiswa, akreditasi prodi, dan promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi Akuntansi pada Politeknik Harapan Bersama. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel berdasarkan kuesioner dan wawancara. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2016 Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama yang berjumlah 545 mahasiswa. Jumlah sampel dalam penelitian ini sejumlah 231 responden setelah dihitung menggunakan rumus Slovin. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian adalah Analisis Regresi Berganda menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa, akreditasi prodi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi Akuntansi pada Politeknik Harapan Bersama dan akreditasi prodi merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi Akuntansi pada Politeknik Harapan Bersama.*

Kata kunci: *persepsi mahasiswa; akreditasi prodi; promosi.*

Cronicle of Article :Received (12,10,2017); Revised (11,11,2017); and Published (27,12,2017).

©2017 Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen, Lembaga Penelitian Universitas Swadaya Gunung Jati.

Profile and corresponding author : Bahri Kamal, SE., MM adalah dosen Program Studi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal. Jalan Mataram No 9 Kota Tegal, Jawa Tengah 52142, *Email* : bahrikamal17@gmail.com. Ghea Dwi Rahmadiane, SE., M.Si adalah dosen Program Studi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal. Jalan Mataram No 9 Kota Tegal, Jawa Tengah 52142, email : ghea.unsoed@gmail.com

How to cite this article : Bahri, K., & Rahmadiane, G. D. (2017). Pengaruh Persepsi, Akreditasi Prodi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Program Studi Akuntansi Pada Politeknik Harapan Bersama. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*. 1(2), 145-158.
Retrieved from <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>

PENDAHULUAN

Bagi calon mahasiswa proses pemilihan program studi merupakan keputusan besar, karena melibatkan suatu keputusan jangka panjang yang mempengaruhi kehidupan siswa. Pilihan ini dapat mempengaruhi karir masa depan mahasiswa, kehidupan sosial di masa depan, dan kepuasan pribadi mahasiswa. Dalam perspektif calon mahasiswa, keputusan memilih program studi di suatu perguruan tinggi dianggap berpotensi untuk merubah kehidupan individu. Karena itu, keputusan memilih program studi tersebut merupakan isu yang penting. Untuk itu penting bagi lembaga pendidikan tinggi untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi pertimbangan seorang calon mahasiswa

memilih program studi di suatu Perguruan Tinggi.

Akuntansi merupakan program studi yang banyak diminati oleh mahasiswa yang berada di perguruan tinggi, hal ini dapat dilihat dari jumlah mahasiswa yang banyak memilih program studi akuntansi, baik perguruan tinggi negeri ataupun perguruan tinggi swasta. Terdapat beberapa alasan mengapa mahasiswa memilih program studi akuntansi, contohnya prospek kerja yang menjanjikan dimasa yang akan datang, dalam peningkatan ekonomi, penghargaan dari masyarakat dan lain-lain.

Pada Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama sendiri mengalami kenaikan mahasiswa dari lima tahun terakhir, data tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Baru Tahun 2012-2016

Kelas	2012	2013	2014	2015	2016
Reguler	174	196	244	281	281
Reguler malam	85	177	203	233	261
Konversi	30	27	15	0	3
Total	289	400	462	514	545

Sumber : BAA Politeknik Harapan Bersama, 2016

Persaingan yang terjadi diantara perguruan tinggi baik negeri maupun swasta memaksa perguruan tinggi agar terus menerus meningkatkan pendekatan strategi untuk meningkatkan input mahasiswa baru perguruan tinggi yang bersangkutan. Dengan persaingan yang semakin ketat, maka perguruan tinggi harus semakin gencar dalam melakukan promosi dan meningkatkan kualitas agar tetap menjadi pilihan siswa untuk melanjutkan pendidikannya. Sangat penting bagi pemasar dalam hal ini program studi pada suatu Perguruan Tinggi untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa.

Penelitian ini didasari oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Zain, 2013) yang menyatakan bahwa persepsi

mahasiswa dan promosi berpengaruh terhadap keputusan studi mahasiswa di perguruan tinggi swasta. Faktor penentu utama persepsi dalam studi ini adalah dosen yang berpengalaman, silabus yang sesuai, kualifikasi dosen, dan pengetahuan dosen tentang lembaga. Sedangkan yang berkaitan dengan promosi, diungkapkan bahwa promosi berpengaruh signifikan positif terhadap siswa dalam memilih lembaga terutama yang dipromosikan melalui radio dan televisi, serta promosi dari mulut ke mulut. Sedangkan untuk pembaharuan, dalam penelitian ini akan menambah variabel akreditasi prodi yang didasari oleh penelitian (Verawati, 2016) yang mana hasil penelitian sebelumnya menyatakan bahwa akreditasi

prodi berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi.

Akreditasi program studi adalah kegiatan penilaian untuk menentukan kelayakan program studi. Akreditasi merupakan sistem penjaminan mutu eksternal sebagai bagian dari sistem penjaminan mutu pendidikan tinggi. Akreditasi menjadi penting bagi perguruan tinggi swasta karena dengan adanya status akreditasi akan berimbas pada perolehan jumlah mahasiswa dan komposisi dosen pada perguruan tinggi swasta. Akreditasi juga merupakan salah satu bentuk sistem jaminan mutu eksternal yaitu suatu proses yang digunakan lembaga yang berwenang dalam memberikan pengakuan formal bahwa suatu institusi mempunyai kemampuan untuk melakukan kegiatan tertentu.

Berdasarkan pada literatur yang telah dideskripsikan beserta *research gap* dan fenomena yang ada, maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai pengaruh persepsi, akreditasi prodi, dan promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi D III Akuntansi pada Politeknik Harapan Bersama. Hal ini menunjukkan bahwa perguruan tinggi yang sudah terakreditasi mendapat pengakuan yang lebih besar di masyarakat dibandingkan dengan perguruan tinggi yang belum terakreditasi (Prasetyo, 2014). Semakin tinggi akreditasi maka semakin positif keputusan mahasiswa memilih Program Studi Akuntansi.

KAJIAN LITERATUR

Keputusan Memilih

Pengertian keputusan pembelian, menurut (Kotler, 2003) merupakan tahapan proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan dalam individu yang secara langsung terlibat untuk mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Proses keputusan pembelian konsumen yang dikemukakan (Kotler 2003) terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian. Hal ini

menunjukkan bahwa proses membeli yang dilakukan oleh konsumen dimulai jauh sebelum tindakan membeli dilakukan serta mempunyai konsekuensi setelah pembelian.

Persepsi

Pengertian Persepsi menurut (Solomon, 2006) yaitu : *“Perception is the process by which physical sensations such as sights, sounds and smells are selected, organized and interpreted. The eventual interpretation of a stimulus allows it to be assigned meaning. A perceptual map is a widely used marketing tool which evaluates the relative standing of competing brands along relevant dimensions”*.

(Armstrong, 2001) mengemukakan bahwa dalam keadaan yang sama, persepsi seseorang terhadap suatu produk dapat berbeda-beda, hal ini disebabkan oleh adanya proses perceptual (berhubungan dengan rangsangan sensorik) yaitu atensi selektif, distorsi selektif dan retensi selektif.

Mowen dalam (Solomon, 2006) menyebutkan tahap pemaparan, perhatian dan pemahaman sebagai persepsi dan persepsi ini bersama dengan memori akan mempengaruhi pengolahan informasi. Persepsi setiap orang dalam suatu obyek akan berbeda-beda. Oleh karena itu, persepsi memiliki sifat yang subyektif. Persepsi yang dibentuk seseorang terhadap sesuatu sangat dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungannya. Jika dua orang mendapatkan stimuli dengan kondisi yang sama, maka cara setiap orang mengenal, menyeleksi, mengorganisir dan menginterpretasikan stimuli tersebut sangat bergantung pada kebutuhan, nilai dan ekspektasi masing-masing orang tersebut.

(Kotler & Armstrong, 2001) mengemukakan bahwa dalam keadaan yang sama, persepsi seseorang terhadap suatu produk dapat berbeda-beda, ini disebabkan oleh adanya proses perceptual (berhubungan dengan rangsangan sensorik) yaitu atensi selektif, distorsi selektif dan retensi selektif.

Menurut (Kanuk, 2010) persepsi pada hakekatnya merupakan proses psikologis yang kompleks serta melibatkan aspek fisiologis. Proses psikologis dimulai dari

adanya aktivitas memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan sehingga konsumen mampu memberikan makna atas suatu obyek.

Akreditasi Prodi

Akreditasi merupakan sebuah pengakuan terhadap perguruan tinggi atau program studi yang menunjukkan bahwa perguruan tinggi atau program studi tersebut dalam melaksanakan program pendidikan dan mutu lulusan yang dihasilkan, telah memenuhi standar yang ditetapkan oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT). Hal ini menunjukkan bahwa perguruan tinggi yang sudah terakreditasi mendapat pengakuan yang lebih besar di masyarakat dibandingkan dengan perguruan tinggi yang belum terakreditasi (Prasetyo, 2014).

Akreditasi dilakukan terhadap program studi berdasarkan interaksi antarstandar di dalam Standar Nasional Pendidikan Tinggi. Proses akreditasi dinyatakan dengan status akreditasi program studi yaitu terakreditasi dan tidak terakreditasi. Peringkat terakreditasi program studi tersebut terdiri atas akreditasi A yaitu terakreditasi unggul yang memiliki makna melampaui Standar Nasional Pendidikan Tinggi, akreditasi B yaitu terakreditasi sangat baik yang memiliki makna melampaui Standar Nasional Pendidikan Tinggi, dan akreditasi C yaitu terakreditasi baik yang memiliki makna memenuhi Standar Nasional Pendidikan Tinggi. Pada Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama sendiri telah terakreditasi B, maka dapat dikatakan bahwa Prodi Akuntansi memiliki akreditasi yang sangat baik.

Akreditasi bagi Program Studi merupakan salah satu bentuk penilaian (evaluasi) mutu dan kelayakan institusi perguruan tinggi atau program studi yang dilakukan oleh organisasi atau badan mandiri di luar perguruan tinggi. Dukungan terhadap hal tersebut difokuskan pada representasi akreditasi mutu dalam pendidikan (Prasetyo, 2014). Semakin tinggi akreditasi maka

semakin positif keputusan mahasiswa memilih Program Studi Akuntansi.

Promosi

Promosi merupakan elemen yang sangat penting dalam bauran pemasaran, kegiatan promosi perusahaan dapat memperkenalkan suatu produk barang atau jasa kepada konsumen, dengan demikian konsumen akan mengetahui adanya suatu produk barang atau jasa. Kegunaan promosi dalam bauran pemasaran adalah untuk mencapai tujuan komunikasi dengan para konsumen. Promosi dalam berperan menghasilkan penyampaian informasi yang baik terhadap konsumen akan manfaat dan kelebihan suatu produk barang atau jasa, sehingga dapat mempengaruhi benak konsumen tersebut.

Menurut (Tjiptono, 2006) "Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program dalam pemasaran untuk memberikan informasi mengenai adanya suatu produk". Menurut Kotler (2003): "*Promotion encompasses all the tools in marketing mix whose mayor is persuasive communication*".

Secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya. Beberapa tugas khusus itu disebut bauran promosi. Bauran promosi antara lain: *Personal Selling*, *Periklanan*, dan *Hubungan Masyarakat (Publisitas)* (Tjiptono, 2006)

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian ini adalah kuantitatif menggunakan kuisioner kepada mahasiswa angkatan 2016 Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama. Penelitian ini akan dilaksanakan pada tahun 2016, mulai bulan Oktober sampai dengan Desember. Objek dari penelitian ini adalah persepsi mahasiswa, akreditasi prodi, promosi, dan keputusan memilih. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2016 Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa baru Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama angkatan 2016 yang berjumlah 545 mahasiswa, Karena jumlah populasi mahasiswa terlalu banyak maka Teknik pengambilansampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, Salah satu cara menentukan besaran sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Slovin sebagai berikut.

$$n = N / (1 + N e^2)$$

Keterangan:

n = Number of samples (jumlah sampel)

N = Total population (jumlah seluruh anggota populasi)

e = Error tolerance

Maka jumlah sampel yang harus diambil dalam penelitian ini sejumlah 231 responden.

Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner tentang pengaruh persepsi mahasiswa, akreditasi prodi, dan promosi terhadap keputusan memilih Prodi Akuntansi

Politeknik Harapan Bersama. Teknik pengumpulan ata sekunder dalam penelitian ini adalah data mahasiswa baru Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama angkatan tahun 2016 yang telah melakukan registrasi.

Teknik Analisis Data

1. Skala Penelitian dan Pengukuran Variabel
Skala pengukuran yang digunakan dalam studi ini adalah skala Likert. Jawaban dari setiap instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Dengan menggunakan skala ini, nilai dari variabel yang diukur oleh instrumen spesifik dapat diekspresikan dalam bentuk angka, jadi, skala ini akan lebih akurat, efisien dan komunikatif (Ghozali, 2011), Pengukuran sikap individual berdasarkan jawaban yang diberikan menggunakan skala tingkat Likert. Setiap item mempunyai 7 kategori, antara “sangat tidak setuju” sampai dengan “sangat setuju”

Tabel 2. Skala Pengukuran Kuisioner

Nomor	Pertanyaan	Skor
1	Sangat tidak setuju	1
2	Tidak setuju	2
3	Agak tidak setuju	3
4	Netral	4
5	Agak setuju	5
6	Setuju	6
7	Sangat setuju	7

Sumber : (Ghozali, 2011)

Setiap pernyataan diberikan skor angka, yaitu sebagai berikut :

1. Jawaban “sangat tidak setuju” diberikan skor 1
2. Jawaban “tidak setuju” diberikan skor 2
3. Jawaban “agak tidak setuju” diberikan skor 3
4. Jawaban “netral” diberikan skor 4

5. Jawaban “agak setuju” diberikan skor 5
6. Jawaban “setuju” diberikan skor 6
7. Jawaban “sangat setuju” diberikan skor 7

Metode analisis data pada penelitian ini adalah dengan skala penelitian dan pengukuran variable menggunakan alat bantu SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji

multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji analisis linier berganda, uji hipotesis t (t-test), uji f, dan uji R-Square.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa baru Prodi Akuntansi

Politeknik Harapan Bersama angkatan 2016. Dari sejumlah 231 responden, pengembalian (*respon rate*) dalam penelitian ini adalah 100 %. Gambaran umum identitas responden dapat dikelompokkan seperti tabel dibawah ini: Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, berdasarkan kelompok umur, dan karakteristik responden berdasarkan kelas.

Tabel 3. Karakteristik Responden

Kategori	Alternatif jawaban	F	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	72	31,2
	Perempuan	159	68,8
Usia	18	89	38,5
	19	135	58,4
	20	7	3,1
Kelas	A	16	6,9
	B	16	6,9
	C	16	6,9
	D	15	6,5
	E	15	6,5
	F	15	6,5
	G	15	6,5
	H	15	6,5
	I	16	6,9
	J	16	6,9
	K	16	6,9
	L	15	6,5
	M	15	6,5
	N	15	6,5
O	15	6,5	

Sumber : Hasil pengolahan data, 2016

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden terdiri dari 72 orang atau 31,2 persen laki-laki dan 159 orang atau 68,8 persen perempuan

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berumur 18 tahun yaitu 89 orang atau 38,5 persen dari jumlah keseluruhan, selanjutnya umur 19

tahun menempati urutan pertama dengan jumlah 135 orang atau 58,4 persen, dan yang paling sedikit berumur 20 tahun dengan jumlah 7 orang atau 3,1 persen

Berdasarkan Tabel 3 dibawah ini dapat diketahui bahwa jumlah responden sebesar 231 mahasiswa dibagi ke 15 kelas. Dapat dilihat bahwa kelas A, B, C, I, J, K yaitu masing-masing 16 mahasiswa atau 6,9 persen, sedangkan kelas D, E, F, G, H, L, M, N, O yaitu masing-masing 15 mahasiswa atau 6,5 persen.

Berdasarkan Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov smirnov* pada tabel 1, tabel uji normalitas kolmogorov smirnov

**Tabel 4. Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.91218872
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.069
	Negative	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		.556
Asymp. Sig. (2-tailed)		.917

Sumber : Hasil pengolahan data, 2016

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov, menunjukkan nilai Asym. Sig (2-tailed) sebesar 0,917 yang berarti lebih besar dari alpha (α) 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji adalah terdistribusi normal.

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui korelasi linear yang mendekati sempurna antar dua atau lebih variabel independen. Terdapat beberapa penyebab adanya gejala multikolinearitas antara lain data variabel ekonomi yang berubah sepanjang waktu karena adanya faktor lain yang mungkin mempengaruhi, tergantung

dari metode pengumpulan data yang dipakai, serta adanya kendala dan kesalahan dalam model atau populasi yang menjadi sampel. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai VIF tidak lebih dari 1 dan nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1 dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 5 dibawah ini.

Tabel 5. Hasil uji multikolinearitas

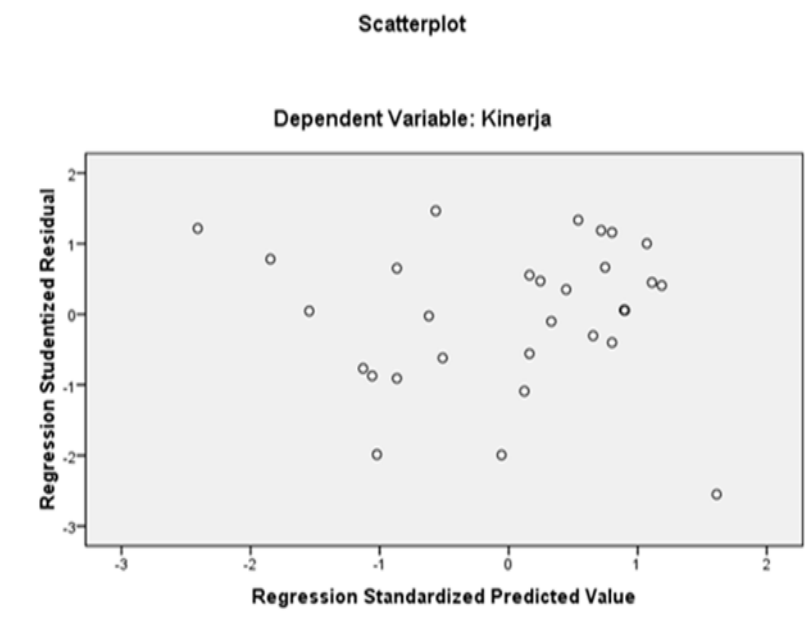
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 PR	.627	1.595
AP	.576	1.736
PO	.663	1.507

Sumber : Hasil pengolahan data, 2016

Berdasarkan tabel hasil output SPSS untuk uji multikolinearitas, nilai VIF tidak lebih dari 1 dan nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1 dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi. maka dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinearitas yang artinya variabel independen tidak saling berhubungan.

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah varian dari variabel pada model regresi sama atau tidak. Yang diharapkan adalah variasi variabelnya sama (homoskedastisitas). Penyebab adanya gejala heteroskedastisitas antara lain adanya

pengaruh dari kurva pengalaman yang menyebabkan semakin menurunnya tingkat kesalahan, adanya peningkatan perekonomian yang menyebabkan semakin beragam kondisi variabel yang berhubungan dengan perekonomian serta adanya peningkatan teknik pengambilan data yang membuat varian dari variabel cenderung mengecil. Uji heteroskedastisitas diuji dengan melihat dari hasil grafik *scatterplot* hal ini jika plotting titik-titik menyebar tidak beraturan dan tidak berkumpul pada satu tempat, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.



Sumber : Hasil pengolahan data, 2016

Gambar 1. Grafik *scatterplot* uji heteroskedastisitas

Hasil grafik scatterplot di atas yang menunjukkan titik-titik menyebar secara merata baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Analisis statistik yang digunakan untuk menganalisis data adalah analisis multiple regression atau regresi berganda. Agar analisis dapat dilakukan dengan besar maka langkah-langkah yang dilakukan adalah dengan menentukan bentuk pengaruh variabel X dan Y. Untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap pengaruh dependent digunakan Persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Keputusan Memilih)

a = Konstanta

X₁ = Persepsi

X₂ = Akreditasi Prodi

X₃ = Promosi

Analisis linear berganda yang telah dilakukan diperoleh koefisien regresi t_{hitung} dan tingkat signifikansi sebagaimana ditampilkan pada tabel berikut ini :

Tabel 6. Hasil uji analisis regresi linear berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constant)	12.450	5.710		2.180	.038
PR	.262	.075	.362	6.287	.006
AP	1.178	1.180	.215	2.987	.033
PO	.291	.170	.348	1.713	.009

Sumber : Hasil pengolahan data, 2016

Berdasarkan output SPSS di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 12.450 + 0.262 X_1 + 1.178 X_2 + 0.291 X_3$$

Model tersebut menunjukkan arti dibawah ini :

1. Konstanta = 12.450

Jika variabel persepsi, akreditasi prodi, dan promosi diasumsikan tetap maka keputusan memilih program studi akan meningkat 12.450.

2. Koefisien Persepsi X₁

Nilai koefisien persepsi sebesar 0.262. Menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk persepsi akan diikuti terjadi kenaikan keputusan memilih program studi sebesar 0.262.

3. Koefisien Akreditasi Prodi (X₂)

Nilai koefisien akreditasi prodi menunjukkan angka sebesar 1.178. menyatakan bahwa apabila terjadi kenaikan 1 skor untuk akreditasi prodi akan diikuti dengan terjadi kenaikan keputusan memilih program studi sebesar 1.178.

4. Koefisien Promosi X₃

Nilai koefisien promosi menunjukkan angka sebesar 0.291. menyatakan bahwa apabila terjadi kenaikan 1 skor untuk promosi akan diikuti dengan terjadi kenaikan keputusan memilih program studi sebesar 0.291.

Uji t (t-test) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Hasil uji t dengan menggunakan SPSS yaitu dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 7. Hasil uji t (t-test)

Model		Unstandardized		Standardized		Sig.
		Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T		
1	(Constant)	12.450	5.710		2.180	.038
	PR	.262	.075	.362	6.287	.006
	AP	1.178	1.180	.215	2.987	.033
	PO	.291	.170	.348	1.713	.009

Sumber : Hasil pengolahan data, 2016

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel persepsi diperoleh t hitung = 6.287 dengan nilai signifikan sebesar $0,006 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H_1 yang menyatakan persepsi berpengaruh terhadap keputusan memilih program studi diterima. Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel akreditasi prodi diperoleh t hitung = 2.987 dengan nilai signifikansi sebesar 0,033.

Karena probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H_2 yang menyatakan ada pengaruh akreditasi prodi terhadap keputusan memilih program studi diterima. Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel promosi diperoleh t hitung = 1.713 dengan nilai signifikan

sebesar 0.009. Karena probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H_3 yang menyatakan bahwa ada pengaruh promosi terhadap keputusan memilih program studi.

Uji F dilakukan untuk menguji apakah secara simultan atau serentak variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara baik atau menguji apakah model yang digunakan telah benar atau tidak. Dengan tingkat kepercayaan (α) untuk pengujian hipotesis adalah 95% atau (α)=0,05. Untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen maka lihat tabel 4 dibawah ini.

Tabel 8. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.762	3	14.254	3.495	.030 ^a
	Residual	106.038	26	4.078		
	Total	148.800	29			

Sumber : Hasil pengolahan data, 2016

Dari uji ANOVA, diperoleh nilai F hitung 3.495 dengan probabilitas 0.000. Probabilitas jauh lebih kecil (<) dari 0,05 maka, model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan memilih program studi, atau dapat dikatakan bahwa persepsi, akreditasi prodi, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan memilih program studi.

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya untuk mengukur seberapa jauh

kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen / tidak bebas nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1) nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 9. Hasil R-Square Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.863 ^a	.745	.737	.24336

Sumber : Hasil pengolahan data, 2016

Berdasarkan tabel di atas, hasil perhitungan koefisien korelasi berganda (R) adalah sebesar 0,863. Hal ini menunjukkan keeratan hubungan antara variabel persepsi, akreditasi prodi, dan promosi dengan keputusan memilih program studi termasuk kriteria sangat kuat yang berada pada interval 0,800 – 1,000. Selanjutnya diketahui bahwa nilai *R Square* (Koefisien Determinasi) atau koefisien penentu yang diperoleh 0,745 (74,5%). Perhitungan koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh atau kontribusi variabel persepsi, akreditasi prodi, dan promosi dengan keputusan memilih program studi. Nilai ini mencerminkan variabel perubahan pada variabel keputusan memilih program studi, di mana keputusan memilih program studi (variabel *dependent* atau terikat) dapat ditemukan oleh semua variabel independen (bebas) secara bersama-sama

74,5%, dan sisanya ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Ada pun pembahasan dalam masing-masing variabel antara lain sebagai berikut

1. Persepsi dengan nilai sebesar 0.262 yang berarti persepsi berpengaruh terhadap keputusan memilih program studi. Dasar pengembangan model dalam penelitian ini adalah hasil penelitian (Zain et al. 2013) yang melaporkan bahwa persepsi berpengaruh terhadap keputusan studi ketika mereka memilih sebuah institusi pendidikan. Kemudian penelitian (Shah, 2013) yang menyatakan pengaruh positif *student perception* yang meliputi *reputasi*, *word of mouth* dan input terhadap keputusan pemilihan siswa. Mirip dengan Xiaoping (2002), Yusof et al. (2008) juga menemukan bahwa

persepsi terhadap biaya kuliah merupakan faktor yang cukup penting yang dipertimbangkan oleh orang tua dalam memilih lembaga pendidikan tertentu untuk anak mereka. Mendukung temuan ini (Hill et al. 2003) mencatat bahwa persepsi siswa tentang biaya pendidikan, nilai pendidikan, struktur atau gelar yang ditawarkan adalah tiga faktor yang paling penting yang mempengaruhi pilihan mahasiswa. Menurut responden, responden memilih prodi Akuntansi pada Politeknik Harapan Bersama karena persepsi yang menyatakan bahwa prodi memiliki biaya pendidikan yang relatif murah, reputasi perguruan tinggi yang baik, gelar yang ditawarkan membuat responden memilih Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, dan juga lulusan Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama memiliki peluang kerja yang luas.

2. Akreditasi prodi (X_2) memiliki nilai yang diterima yaitu sebesar 1.178, yang artinya akreditasi prodi berpengaruh terhadap keputusan memilih program studi. Akreditasi bagi Program Studi merupakan sebuah bentuk penilaian (evaluasi) mutu dan kelayakan institusi perguruan tinggi atau program studi yang telah dilakukan oleh organisasi atau badan mandiri di luar perguruan tinggi. Dukungan terhadap hal tersebut difokuskan pada representasi akreditasi mutu dalam pendidikan (Prasetyo, 2014). Semakin tinggi akreditasi prodi maka semakin tinggi keputusan memilih program studi. Menurut responden, responden memilih prodi Akuntansi pada Politeknik Harapan Bersama karena akreditasi prodi yang menyatakan bahwa Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama telah terakreditasi B, memilih Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama karena memiliki mutu lulusan yang berkompeten, memilih Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama karena pelaksanaan program pendidikan telah memenuhi standart yang ditetapkan oleh

Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT).

3. Promosi (X_3) memiliki nilai yang diterima sebesar 0,291, yang berarti promosi berpengaruh terhadap keputusan memilih program studi. Promosi bertujuan untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa kepada konsumen, dengan demikian konsumen akan mengetahui adanya suatu produk atau jasa. Beberapa penelitian tentang promosi menunjukkan bahwa promosi mempengaruhi keputusan pembelian. Di antaranya adalah penelitian Yusof et al. (2008) secara jelas menyatakan bahwa informasi ketersediaan program yang ditawarkan adalah atribut utama dalam memilih lembaga pendidikan tertentu untuk pendidikan tinggi, yang menunjukkan bahwa promosi yang jelas dapat menyampaikan informasi yang lengkap tentang lembaga pilihan mereka. Temuan identik juga ditemukan dalam literatur dari Baharun (2002) di mana ia menyimpulkan bahwa seleksi siswa dari universitas terutama ditentukan oleh jenis program akademik yang tersedia, kualitas pendidikan, standar administrasi, kualifikasi fakultas, dan lokasi yang nyaman dan mudah diakses. (Onwe 2013) yang menyatakan promosi dapat meningkatkan jumlah peminat perguruan tinggi di Nigeria. (Bamfo & Atara 2013) menyelidiki peran komunikasi pemasaran dalam menarik siswa untuk mendaftar di perguruan tinggi swasta di Ghana. Menurut responden, responden memilih prodi Akuntansi pada Politeknik Harapan Bersama karena promosi yang menyatakan bahwa penggunaan media dalam proses promosi membuat responden tertarik untuk memilih berkuliah di Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, responden tertarik dengan beasiswa yang ditawarkan, responden memilih Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama karena telah mensponsori suatu kegiatan, responden memilih Prodi Akuntansi Politeknik

Harapan Bersama karena telah berkerjasama strategis dengan SMA/SMK saya tedahulu, dan juga responden memilih Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama karena telah membentuk kemitraan dengan perguruan tinggi lainnya.

4. Dari hasil penghitungan, bahwa yang paling berpengaruh dari variabel X1, X2, X3 adalah variabel akreditasi prodi (X2). Akreditasi bagi Program Studi merupakan salah satu bentuk penilaian (evaluasi) mutu dan kelayakan institusi perguruan tinggi atau program studi yang dilakukan oleh organisasi atau badan mandiri di luar perguruan tinggi. Dukungan terhadap hal tersebut difokuskan pada representasi akreditasi mutu dalam pendidikan (Trapnell, 2007) dalam (Prasetyo, 2014). Semakin tinggi akreditasi prodi maka semakin tinggi keputusan memilih program studi. Menurut responden, responden memilih prodi Akuntansi pada Politeknik Harapan Bersama karena akreditasi prodi yang menyatakan bahwa Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama telah terakreditasi B, memilih Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama karena memiliki mutu lulusan yang berkompeten, memilih Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama karena pelaksanaan program pendidikan telah memenuhi standart yang ditetapkan oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan mengevaluasi hasil analisis regresi, maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi mahasiswa berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih program studi Akuntansi pada Politeknik Harapan Bersama.

Akreditasi prodi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih dalam program studi Akuntansi pada Politeknik Harapan Bersama. Promosi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih

program studi Akuntansi pada Politeknik Harapan Bersama.

Akreditasi prodi merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi Akuntansi pada Politeknik Harapan Bersama.

Saran

Penelitian berikutnya dapat menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih program studi Akuntansi pada Politeknik Harapan Bersama seperti faktor latar belakang sosial ekonomi keluarga, lama pendidikan, dan lain sebagainya.

Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode tambahan yaitu wawancara secara langsung kepada responden agar responden memberikan jawaban dengan kesungguhan dan keseriusan.

Daftar Pustaka

- Armstrong, K. &. (2001). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multifariates dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kanuk, S. &. (2010). *Consumer Behavior*. New Delhi: Dorling Kindersley (India) Pvt. Ltd.
- Kotler. (2003). *Marketing Management* . New Jersey: Prentice Hall Int'l.
- Kotler, P. &. (2001). *Prinsip Prinsip Pemasaran* (Vol. 8). Jakarta: Erlangga.
- Prasetyo. (2014). *Dampak Kebijakan Akreditasi Perguruan Tinggi Terhadap Daya Saing (Competitiveness) Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Kebumen* (Vol. 13). Jurnal Fokus Bisnis.
- Shah. (2013). *Factors influencing student choice to study at private higher education institutions* (Vol. 21 (4)). Quality Assurance in Education.
- Solomon. (2006). *Consumer Behaviour A European Perspective*. Prentice Hall Europe.
- Tjiptono. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Verawati, D. (2016). *Pengaruh Motivasi, Akreditasi Prodi, Fasilitas Pendidikan, Konsentrasi Jurusan Biaya Pendidikan dan Reputasi Pendidik Terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Melanjutkan Magister Akuntansi*. Surakarta: Naskah Publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Zain. (2013). *Factors Influencing Students' Decisions In Choosing Private Institutions of Higher Education*. Malaysia: Asian Academy of Management Journal.