

**PENGARUH FAKTOR MINAT DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH PRODI MANAJEMEN DI
UNIVERSITAS MAYJEN SUNGKONO MOJOKERTO**

***THE INFLUENCE OF INTEREST AND WORD OF MOUTH FACTORS ON
STUDENTS DECISIONS TO CHOOSE MANAGEMENT STUDY
PROGRAMS AT MAYJEN SUNGKONO UNIVERSITY MOJOKERTO***

**Mochamad Rizal Yogaswara¹⁾, Rahmat Debianto²⁾, Satrio Agung Buono³⁾, Friska
Putri Avianti⁴⁾**

^{1,2,3,4}Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Mayjen Sungkono

¹rizalyogaswara13@gmail.com

DOI : https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v7i2.3941

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh faktor minat dan word of mouth terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi (Prodi) Manajemen di Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Prodi Manajemen. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling, dan data dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor minat dan *word of mouth* secara signifikan mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih Prodi Manajemen. Implikasi temuan ini dapat digunakan oleh perguruan tinggi untuk meningkatkan strategi pemasaran dan promosi Prodi Manajemen, serta memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam pemilihan program studi. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur akademis dalam konteks keputusan pemilihan program studi di perguruan tinggi. merinci faktor minat dan word of mouth yang signifikan dalam pengambilan keputusan mahasiswa. Temuan ini memberikan dasar yang kuat untuk pemahaman lebih lanjut tentang preferensi mahasiswa dan dapat membantu perguruan tinggi mengoptimalkan penarikan calon mahasiswa untuk Prodi Manajemen mereka.

Kata kunci : minat; *word of mouth*; keputusan memilih prodi

ABSTRACT

This study aims to investigate the influence of interest factors and word of mouth on student decisions in choosing the Management Study Program at the University of Mayjen Sungkono Mojokerto. The research method used was a survey by distributing questionnaires to Management Study Program students. The research sample was taken using purposive sampling technique, and the data were analyzed using multiple linear regression method. The results showed that interest factors and word of mouth significantly influenced students' decisions in choosing the Management Study Program. The implications of these findings can

be used by universities to improve marketing and promotion strategies for Management Study Programs, as well as provide a better understanding of the factors that influence student decisions in choosing study programs. This research contributes to the academic literature in the context of study program selection decisions in higher education. detailing the significant factors of interest and word of mouth in students decision making. These findings provide a solid foundation for further understanding of student preferences and can help universities optimize the attraction of prospective students for their Management Study Program.

Keywords: interest; word of mouth; decision to choose a study program

PENDAHULUAN

Marwah et al., (2018) mengatakan bahwa pendidikan memiliki peranan yang sangat signifikan dalam kehidupan manusia di semua aspeknya. Hal ini memberikan dampak yang besar bagi kemampuan manusia untuk bertahan hidup dengan cara membentuk hubungan positif dengan orang lain, sehingga memudahkan pemenuhan kebutuhan hidup. Sebaiknya, pendidikan dimulai sejak dini agar nilai-nilai yang terkandung dalam pendidikan tersebut dapat lebih mudah diterapkan saat dewasa pada saat ini, pendidikan menjadi kebutuhan masyarakat. Dikarenakan pendidikan merupakan salah satu upaya untuk menanggulangi kebodohan dan kemiskinan dalam suatu bangsa. Dengan memperoleh pendidikan, secara tidak langsung seseorang akan mengembangkan dirinya agar memperoleh berbagai pengetahuan, seperti kreativitas, inovasi, teori, dan tanggung jawab. Pendidikan juga dapat dijadikan sebagai salah satu alat ukur keberhasilan dan kemajuan suatu negara yang dapat menumbuhkan kepribadian bangsa. Pendidikan dapat ditempuh melalui jalur formal maupun non formal. Setelah menempuh pendidikan formal baik SMK maupun SMA pasti dihadapkan pada suatu pilihan yaitu melanjutkan pendidikan pada lembaga perguruan tinggi atau langsung terjun pada dunia kerja. Di daerah domisili Mojokerto terdapat sebuah kampus yang bernama Universitas Mayjen Sungkono yang bersedia menerima mahasiswa yang ingin melanjutkan pendidikan perguruan tinggi sekaligus bekerja paruh waktu. Pada umumnya, setiap lembaga perguruan tinggi terdapat berbagai fakultas.

Salah satu fakultas yang banyak diminati oleh calon mahasiswa adalah fakultas ekonomi. Fakultas ini menawarkan berbagai program *study* antara lain Manajemen, Akuntansi, Pemasaran, Operasional dan MSDM. Fakultas Ekonomi Universitas Mayjen Sungkono adalah salah satu institusi yang menghasilkan sarjana kependidikan di bidang ekonomi. Di dalam Universitas Mayjen Sungkono terdapat program *study* manajemen dan akuntansi. Di fakultas ini mahasiswa diajarkan untuk menyampaikan ide dan analisis mereka dengan jelas, baik secara lisan maupun tulisan. Fakultas ekonomi juga sering kali dianggap memiliki peluang karir yang luas dan beragam. Banyak mahasiswa yang melihat fakultas tersebut sebagai pintu masuk ke berbagai kesempatan karir yang menarik. Lulusan fakultas ekonomi memiliki kemampuan dan pemahaman yang dapat diterapkan di berbagai sektor, termasuk sektor publik, swasta, dan nirlaba.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Maryoni, (2021) mengemukakan bahwa ketertarikan mahasiswa terhadap fakultas ekonomi dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang mempengaruhi seseorang memilih jurusan adalah keluarga/orang tua, teman sejawat, kepribadian individu, sekolah asal, citra kampus dan prospek lapangan kerja. Berbicara tentang citra kampus akreditasi fakultas ekonomi di Universitas Mayjen Sungkono yang lebih tinggi dari fakultas lain. Keunggulan dari fakultas tersebut menjadi daya tarik tersendiri dan menjadi pembeda dari fakultas lain. Selain itu fakultas ekonomi memiliki keunggulan yakni relevansi dengan dunia nyata dengan cara mengajarkan pemahaman yang kuat tentang prinsip ekonomi, bisnis, dan keuangan yang berlaku dalam kehidupan sehari-hari. Fakultas ekonomi juga memiliki kemampuan analitis yang baik dengan cara mengajarkan menganalisis data, menerapkan model ekonomi, dan mengambil keputusan yang berdasarkan pada analisis yang tepat.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor apa sajakah yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih fakultas ekonomi di Universitas Mayjen Sungkono. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode survey.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Penelitian eksplanatori merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Mayjen Sungkono yang memilih prodi manajemen, sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan jumlah sampel yang dibutuhkan. Teknis analisis data penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis uji t dan uji f.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji validasi dengan variabel Minat, *Word Of Mouth*, Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen menunjukkan bahwa variabel dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam melakukan penelitian dengan nilai korelasi lebih kecil dari 0,05. Maka dapat dilakukan untuk analisis lebih lanjut.

Pada bagian *Reliability Statistics* nilai *Cronbach's alpha* item variabel minat sebesar 0,895, *word of mouth* sebesar 0,758, keputusan mahasiswa memilih prodi manajemen 0,607 dan untuk setiap variabel penelitian lebih besar dari nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,6 dapat dinyatakan bahwa kuesioner telah *reliabel* untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

Uji t (Uji Parsial)

Untuk mengetahui apakah faktor Minat dan *Word Of Mouth* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen.

Tabel 1. Uji t (Parsial)

MODEL	Unstandardized Coefficients		T Hitung	Sig.
	B	Std. Error		
Konstanta	0,5482	0,1176		
Minat	0,291	0,125	0,2316	0,026
Word of mouth	0,300	0,095	0,3163	0,003

Sumber : Data diolah, 2003

Nilai t_{hitung} untuk variabel minat 0.291 dan nilai signifikan 0.026 < dari nilai alpha 0.05, maka H_0 ditolak, H_1 diterima, dengan demikian secara parsial variabel minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih prodi manajemen.

Nilai t_{hitung} untuk variabel *word of mouth* 0,300 dan nilai signifikan 0.003 > dari nilai alpha 0.05, maka H_0 diterima, H_1 ditolak, dengan demikian secara parsial variabel *word of mouth* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih prodi manajemen.

Uji f (Uji Simultan)

Untuk menguji hipotesis kedua apakah minat dan *word of mouth* secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih prodi manajemen, maka alat uji yang digunakan adalah uji F. Hasil perhitungan uji F dalam output regresi dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 2. Uji F (Uji Simultan)

Model	F	Sig
Regression	11,550	<,001 ^b

Sumber : Data diolah. 2023

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} yaitu 11,550 dengan nilai signifikan $0,01 < 0,05$. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari minat (X1) dan *word of mouth* (X2) mampu menjelaskan keragaman variabel terikat (Y). Dengan demikian variabel minat dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih prodi manajemen.

Tabel 3. Koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.596	0,355	0,324	0,1271

Sumber : Data diolah, 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien korelasi (R) adalah sebesar 0,596. Hal ini berarti hubungan antara brand image dan biaya pendidikan dengan keputusan mahasiswa bersifat signifikan karena nilai koefisien korelasi (R) mendekati 1.

Tabel di atas juga memperlihatkan nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,324 atau 32,4% menunjukkan bahwa variabel minat dan *word of mouth* mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada keputusan mahasiswa memilih prodi manajemen, sedangkan sisanya 67,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel minat berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih prodi manajemen. Hal ini dikarenakan besarnya koefisien regresi variabel minat adalah sebesar 0,291 (Sig = 0,026). Dari perhitungan tersebut diperoleh korelasi yang signifikan dengan kata lain menunjukkan bahwa variabel minat (X_1) berpengaruh terhadap keputusan memilih jurusan prodi manajemen (Y). Minat sebenarnya bersifat subyektif karena masing-masing orang dapat membeda-bedakan minatnya. Minat erat sekali hubungannya dengan perasaan suka atau tidak suka, tertarik atau tidak tertarik, senang atau tidak senang. Oleh karena itu minat dalam penjurusan saat memilih jurusan prodi manajemen di Universitas Mayjen Sungkono sebaiknya disesuaikan dengan keahlian masing-masing mahasiswa. Tujuannya agar kelak di kemudian hari, pelajaran yang akan diberikan kepada siswa menjadi lebih terarah karena telah sesuai dengan minatnya. Hal yang sama ditunjukkan dari hasil penelitian Rufaidah, (2015) yang mengatakan bahwa variabel minat memiliki pengaruh terhadap keputusan calon mahasiswa dalam memilih jurusan.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel *word of mouth* signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih prodi manajemen. Hal ini dikarenakan besarnya koefisien regresi variabel *word of mouth* adalah sebesar 0,300 (Sig = 0,003). Dari perhitungan tersebut diperoleh korelasi yang signifikan dengan kata lain menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* (X_2) berpengaruh terhadap keputusan memilih jurusan prodi manajemen (Y). Karena melalui *word of mouth* kita bisa mengetahui pandangan dan alasan mahasiswa memilih prodi manajemen di Universitas Mayjen Sungkono. *Word of mouth* menjadi salah satu strategi yang sangat efektif berpengaruh dalam pengambilan keputusan dan juga menjadi sebuah strategi pemasaran karena *word of mouth* dapat memberikan rasa kepercayaan terhadap calon mahasiswa memilih prodi manajemen. *Word of*

mouth mempunyai pengaruh terhadap keputusan mendaftar. hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi promosi melalui *word of mouth* maka semakin tinggi pula tingkat keinginan calon mahasiswa sehingga dapat mempengaruhi calon mahasiswa dalam melakukan keputusan mendaftar. Hal yang sama ditunjukkan dari hasil penelitian Chandra, (2020) yang mengatakan bahwa. *Word of mouth* signifikan terhadap keputusan calon mahasiswa dalam memilih jurusan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian, faktor minat berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih prodi manajemen. Hal ini diperoleh kesimpulan bahwa semakin tinggi minat yang dimiliki, maka semakin besar kemungkinan calon mahasiswa masuk prodi manajemen. *Word of mouth* juga berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih prodi, yang berarti mahasiswa menerima saran atau dorongan dari orang lain dalam membuat keputusan memilih prodi manajemen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, S. E. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. (n.d.).
- Babin, B. J., Lee, Y., Kim, E., & Griffin, M. (2005). Modeling consumer satisfaction and word-of-mouth: restaurant patronage in Korea. *Journal of Services Marketing*, 19(3), 133–139.
- Cess, R. D., Harrison, E. F., Minnis, P., Barkstrom, B. R., Ramanathan, V., & Kwon, T. Y. (1992). Interpretation of seasonal cloud-climate interactions using Earth Radiation Budget Experiment data. *Journal of Geophysical Research: Atmospheres*, 97(D7), 7613–7617.
- Chandra, A. (2020). Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Mendaftar dengan Kualitas Prodi sebagai Variabel Moderating di Universitas Catur Insan Cendekia. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 27(2), 85–96.
- Darmadi, H. (2017). Pengembangan model dan metode pembelajaran dalam dinamika belajar siswa. *Yogyakarta: Deepublish*.
- Hurlock, E. B. (1980). Psikologi perkembangan. *Jakarta: Erlangga*.

- Lestari, I., & Yadnyana, I. K. (2013). Persepsi dan minat mahasiswa jurusan akuntansi fakultas ekonomi universitas udayana terhadap profesi akuntan publik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 3(1), 195–211.
- Marwah, S. S., Syafe'i, M., & Sumarna, E. (2018). Relevansi konsep pendidikan menurut Ki Hadjar Dewantara dengan pendidikan islam. *TARBAWY: Indonesian Journal of Islamic Education*, 5(1), 14–26.
- MARYONI, A. Y. U. S. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Pengambilan Program Studi Ekonomi Syariah Uin Sultan Maulana Hasanuddin Banten. *Jurnal Statistika Universitas Muhammadiyah Semarang*, 9(2), 86–95.
- Rufaidah, A. (2015). Pengaruh intelegensi dan minat siswa terhadap putusan pemilihan jurusan. *Faktor: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 2(2).
- Shaleh, A. (2004). Rahman dan Muhibb Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*.
- Sutaryo, S., Setyaningrum, Y., & Dwiloka, B. (2007). The Reduced Glucose, Acidity, and Preference of Fermented Meat “Petis” on the Different of Meat Broth. *Journal of the Indonesian Tropical Animal Agriculture*, 32(2), 119–125.