



Similarity Report

Metadata

Name of the organization

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Title

TURNITIN ARTIKEL_DHEA WULAN ARIANTI

Author(s) Coordinator

perpustakaan umsidahanin

Organizational unit

Perpustakaan

Record of similarities

SCs indicate the percentage of the number of words found in other texts compared to the total number of words in the analysed document. Please note that high coefficient values do not automatically mean plagiarism. The report must be analyzed by an authorized person.



25
The phrase length for the SC 2

7726
Length in words

73621
Length in characters

Alerts

In this section, you can find information regarding text modifications that may aim at temper with the analysis results. Invisible to the person evaluating the content of the document on a printout or in a file, they influence the phrases compared during text analysis (by causing intended misspellings) to conceal borrowings as well as to falsify values in the Similarity Report. It should be assessed whether the modifications are intentional or not.

Characters from another alphabet		0
Spreads		0
Micro spaces		13
Hidden characters		0
Paraphrases (SmartMarks)		111

Active lists of similarities

This list of sources below contains sources from various databases. The color of the text indicates in which source it was found. These sources and Similarity Coefficient values do not reflect direct plagiarism. It is necessary to open each source, analyze the content and correctness of the source crediting.

The 10 longest fragments

Color of the text

NO	TITLE OR SOURCE URL (DATABASE)	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/4951/35414/40027	49 0.63 %
2	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/6338/45472/50991	43 0.56 %
3	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/4951/35414/40027	41 0.53 %
4	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/6932/49697/55446	27 0.35 %
5	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/4951/35414/40027	27 0.35 %

6	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/4951/35414/40027	25 0.32 %
7	https://online-journal.unja.ac.id/paradigma/article/download/40554/20205/126624	22 0.28 %
8	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/6932/49697/55446	20 0.26 %
9	http://repo.uinsatu.ac.id/14434/7/BAB%20IV.pdf	17 0.22 %
10	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/4951/35414/40027	17 0.22 %

from RefBooks database (2.32 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
Source: Paperity		
1	Peran Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Pendidikan Sarjana Firmanto Muhammad Salim;	45 (4) 0.58 %
2	ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR KECAMATAN PANGKATAN M. Sahnani,Nisa Khairun;	21 (3) 0.27 %
3	PENGARUH BRAND IMAGE, FASILITAS BELAJAR, DAN BIAYA PENDIDIKAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN METRO Berwin Anggara, Lella Anita;	15 (2) 0.19 %
4	PENGARUH MINAT, ORANG TUA, TEMAN, DAN BAKAT MENJADI GURU TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI FAKULTAS PEDAGOGI DAN PSIKOLOGI UNIVERSITAS PGRI WIRANEGARA Sugeng Pradikto, Suchaina Suchaina,Wanda Maulidiana;	15 (2) 0.19 %
5	The Influence of Perception and Service Quality on Customer Satisfaction at Swiss-Belhotel in Ambon City Liberty Wairisal,Rahmatia Rahmatia, Sinay Francisca R;	11 (2) 0.14 %
6	Pengaruh Harga Diskon, Penilaian Produk dan Layanan COD terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada E-commerce Shopee di Sidoarjo) Wiradinata Rigianda Syahrul Akbar, Rizal Yulianto;	11 (1) 0.14 %
7	Analisis pendapatan pedagang pasar tradisional di Kota Kuala Tungkal Kabupaten Tanjung Jabung Barat (studi kasus pasar ikan parit 2) Erni Achmad, Rahma Nurjanah,Hermanzah Muhamad Yoza;	8 (1) 0.10 %
8	Pengaruh Reward and Punishment terhadap Kinerja Karyawan pada Bank Syariah Indonesia di Kota Pandeglang Irfani Aminuddin,Sany Fauqonuri Rosna;	8 (1) 0.10 %
9	PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFÉ SAROHA DI KOTA MANADO Lapian Joyce S. L. H. V.,Tarigan Basthan I., Tampanawas Jeffry L. A.;	7 (1) 0.09 %
10	ANALISIS PENGARUH INSENTIF PAJAK, TINGKAT PENDAPATAN, DAN DIGITALISASI TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM DI ERA PANDEMI COVID-19 : (Studi Kasus Wajib Pajak UMKM Wilayah Jakarta Timur) Erasashanti Annathasia.P.,Gloria Henriette;	6 (1) 0.08 %
11	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Ridho (Grosir Sembako) di Desa Sukosewu, Gandusari Fia Rahma,Anggraeni Okta Fitria;	6 (1) 0.08 %
12	Pengaruh Model Pembelajaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Kuliah Ningratri Yuni Asri;	6 (1) 0.08 %

13	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH PROGRAM STUDI MANAJEMEN PADA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS EKASAKTI PADANG : Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Delvianti,Rahmat Tulhalim, Bakkareng;	5 (1) 0.06 %
14	PERAN PERGURUAN TINGGI TERHADAP PERKEMBANGAN EKONOMI DIDAERAH SEKITARNYA tono Tono Wartono;	5 (1) 0.06 %
15	Pengaruh Brand Awareness dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil di Carmudi.Co.Id Fitriyah Fitriyah,Basri Hasan, Reni Febrianti;	5 (1) 0.06 %
16	Pengaruh Penerapan Good School Governance Terhadap Efektifitas Pengelolaan Dana Bantuan Operasional Sekolah di Surabaya Ade Irma Suryani Lating, Alphasyah Sidarta,Kurnia Ulfa Fadhilah, Sulthon Falih Rasyid Rabbani;	5 (1) 0.06 %

from the home database (0.00 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	-------	---------------------------------------

from the Database Exchange Program (0.30 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	Yonatan Wakim-SKRIPSI-PDN IV-2019 9/12/2024 Politeknik Energi dan Mineral Akamigas (Politeknik Energi dan Mineral Akamigas)	15 (1) 0.19 %
2	Zhulian Adani Ridho Putri-SKRIPSI-LOG IV-2018 9/12/2024 Politeknik Energi dan Mineral Akamigas (Politeknik Energi dan Mineral Akamigas)	8 (1) 0.10 %

from the Internet (13.24 %)

NO	SOURCE URL	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/4951/35414/40027	371 (25) 4.80 %
2	https://online-jurnal.unja.ac.id/paradigma/article/download/40554/20205/126624	83 (7) 1.07 %
3	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/6932/49697/55446	74 (4) 0.96 %
4	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/6338/45472/50991	59 (2) 0.76 %
5	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/6869/49193/54906	45 (7) 0.58 %
6	http://repository.itbwigalumajang.ac.id/2305/5/Bab%203.pdf	38 (4) 0.49 %
7	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/6336/45445/50865	36 (4) 0.47 %
8	https://journal.ubm.ac.id/index.php/digismantech/article/download/6012/2954	30 (3) 0.39 %
9	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/6432/46121/51606	25 (2) 0.32 %
10	http://repo.uinsatu.ac.id/14434/7/BAB%20IV.pdf	22 (2) 0.28 %
11	https://amarsani.name/ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/download/1054/781/3247	20 (3) 0.26 %
12	http://etd.uinsyahada.ac.id/5711/1/15%20402%2000007.pdf	19 (2) 0.25 %
13	https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/download/22312/7524	18 (2) 0.23 %

14	http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1708799&val=15704&title=PENGARUH%20AKREDITASI%20PRODI%20MOTIVASI%20FASILITASI%20PENDIDIKAN%20DAN%20REPUTASI%20PENDIDIK%20TERHADAP%20KEPUTUSAN%20MAHASISWA%20DALAM%20MEMILIH%20PROGRAM%20STUDI%20SARJANA%20TERAPAN%20AKUNTANSI%20SEKTOR%20PUBLIK%20PADA%20POLITEKNIK%20HARAPAN%20BERSAMA%20TEGAL%20STUDI%20EMPIRIS%20PADA%20MAHASISWA%20PROGRAM%20STUDI%20SARJANA%20TERAPAN%20AKUNTANSI%20SEKTOR%20PUBLIK%20DI%20POLITEKNIK%20HARAPAN%20BERSAMA	15 (2) 0.19 %
15	http://repo.uinsatu.ac.id/25986/7/BAB%20III.pdf	14 (2) 0.18 %
16	https://jurnal.uwks.ac.id/index.php/equilibrium/article/download/891/pdf	14 (1) 0.18 %
17	https://acopen.umsida.ac.id/index.php/acopen/article/view/3470/1671	14 (1) 0.18 %
18	https://repository.bsi.ac.id/repo/files/112151/download/File%202016_BAB%20IV%20Hasil%20Penelitian%20Odan%20Pembahasan.pdf	13 (2) 0.17 %
19	http://eprints.dinus.ac.id/17110/1/jurnal_15489.pdf	12 (2) 0.16 %
20	https://jurnalmadani.stiemadani.ac.id/index.php/jamm/article/download/44/42/	12 (2) 0.16 %
21	http://repository.stei.ac.id/7561/3/BAB%20III.pdf	11 (1) 0.14 %
22	https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/101488/NjE1MjE1/PENGARUH-RETURN-ON-ASSETS-FIXED-ASSET-INTENSITY-DANTRANSFER-PRICING-PADA-MANAJEMEN-PAJAK-DENGAN-LEVERAGESEBAGAI-VARIABEL-MODERASI-4-AA-TESIS-OK-40-51.pdf	11 (2) 0.14 %
23	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/6474/46462/52026	10 (1) 0.13 %
24	https://media.neliti.com/media/publications/236628-pengaruh-persepsi-akreditasi-prodi-dan-p-c9d34537.pdf	9 (1) 0.12 %
25	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8780/11/BAB%20III.pdf	8 (1) 0.10 %
26	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/6795/48672/54364	7 (1) 0.09 %
27	https://eprints.undip.ac.id/62439/4/BAB_III_DRAFT_3%5B1%5D.pdf	7 (1) 0.09 %
28	https://repository.unika.ac.id/25236/5/15.D1.0045%20-%20EUNIKE%20THALIA%20ARIADI%20SANTOSA%20-%20BAB%20IV.pdf	7 (1) 0.09 %
29	https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/download/49644/43297	7 (1) 0.09 %
30	https://jurnal.stieieu.ac.id/index.php/opt/article/download/154/121/	6 (1) 0.08 %
31	https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/13700/5792	6 (1) 0.08 %

List of accepted fragments (no accepted fragments)

Pengaruh Reputasi, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
The Influence of Reputation, Facilities, and Price on Students' Decisions to Choose the Management Study Program at Muhammadiyah University of Sidoarjo

Dhea Wulan Arianti
212010200228

Dosen Pembimbing Mas Oetarjo, SE. MM. BKP NIDN. 0702036207 Dosen Pengui

Dewi Komala Sari, SE., MM NIDN. 0729097701

(ARTIKEL / KARYA TULIS ILMIAH)

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Mei, 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Reputasi, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (The Influence of Reputation, Facilities, and Price on Students' Decisions to Choose the Management Study Program at Muhammadiyah University of Sidoarjo)

Nama Mahasiswa : Dhea Wulan Arianti
NIM : 212010200228

Disetujui oleh Dosen Pembimbing Mas Oetarjo, SE. MM. BKP NIDN. 0702036207 _____ Dosen Penguji 1
Dewi Komala Sari, SE, MM
NIDN. 0729097701

Dosen Pengaji 2

Diketahui oleh

Ketua Program Studi

Mochamad Rizal Yulianto, SE., MM
NIDN. 0716078804

Dekan

**Dr. Poppy Febriana, S.Sos., M.Med.Kom
NIDN. 0711028001**

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

III. METODE 7

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN 9 A. Hasil Penelitian 9 B. Hasil Analisis Data 9

C. Pembahasan 12

V. KESIMPULAN 14

VI. UCAPAN TERIMA KASIH 14 DAFTAR PUSTAKA 15

Pengaruh Reputasi, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
The Influence of Reputation, Facilities, and Price on Students' Decisions to Choose the Management Study Program at Muhammadiyah University of Sidoarjo

Dhea Wulan Arianti [1](#), [Mas Oetarjo 2](#), Dewi Komala Sari[3](#)) [1](#)Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah [Sidoarjo](#)
[2](#)Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah [Sidoarjo](#)
[3](#)Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah [Sidoarjo](#)

*Email Penulis Koresponden: masoetarjo@umsida.ac.id Abstract, The purpose of this study was to determine the effect of reputation, facilities and price on students' decisions to choose the Management Study Program at the University of Muhammadiyah Sidoarjo. This study uses a quantitative approach and the population is all active students of the Management Study Program in 2021-2024. The sampling technique for this study uses the probability sampling method with a simple random sampling technique and with a total of 330 respondents. The criteria are active students of the Management Study Program in 2021-2024. The data collection technique in this study is primary data using an online questionnaire. The data analysis technique in this study uses multiple linear regression analysis with SPSS version 25. The results of the study prove that reputation influences student decisions, facilities influence student decisions, and prices influence student decisions in choosing the Management Study Program at Muhammadiyah University of Sidoarjo.

Keyword- Reputation, Facilities, Price, Student Decision

Abstrak. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh reputasi, fasilitas, dan harga terhadap keputusan mahasiswa memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan populasinya adalah seluruh mahasiswa aktif Prodi Manajemen tahun 2021-2024. Teknik sampling penelitian ini menggunakan metode probability sampling dengan teknik simple random sampling dan dengan jumlah responden sebanyak 330 orang. Adapun kriterianya yaitu mahasiswa aktif Prodi Manajemen tahun 2021-2024. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner online. Teknik analisis data dalam penelitian

ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan SPSS versi 25. Hasil penelitian membuktikan bahwa reputasi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa, fasilitas berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa, dan harga berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Kata kunci- Reputasi, Fasilitas, Harga, Keputusan Mahasiswa

1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi, pemilihan program studi (prodi) di perguruan tinggi menjadi salah satu keputusan. Keputusan mahasiswa dalam memilih prodi merupakan aspek penting dalam keberlanjutan dan kualitas perguruan tinggi [1]. Prodi yang dipilih oleh mahasiswa tidak hanya mencerminkan kebutuhan pasar kerja tetapi juga menggambarkan daya tarik universitas secara keseluruhan. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA) adalah salah satu perguruan tinggi yang terus berupaya meningkatkan kualitasnya melalui berbagai aspek tersebut untuk menarik minat mahasiswa, terutama di prodi Manajemen.

Dalam konteks pendidikan tinggi, keputusan mahasiswa dalam memilih prodi dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk reputasi, fasilitas yang ditawarkan, dan harga atau biaya pendidikan. Faktor-faktor ini tidak hanya berperan dalam menarik minat mahasiswa baru, tetapi juga menjadi indikator kualitas institusi pendidikan di mata masyarakat. Reputasi mencerminkan kredibilitas dan prestasi akademik, fasilitas menyediakan dukungan langsung terhadap proses belajar mengajar, sementara biaya pendidikan menjadi pertimbangan penting bagi mahasiswa dalam menyesuaikan kemampuan finansial mereka dengan kualitas yang diharapkan. Kombinasi dari ketiga aspek tersebut menentukan daya tarik suatu prodi di tengah persaingan antar perguruan tinggi.

Keputusan adalah proses mental dan perilaku yang melibatkan pemilihan satu tindakan di antara beberapa alternatif berdasarkan evaluasi yang rasional atau emosional [1]. Keputusan pembelian dalam konteks pemasaran adalah proses di mana konsumen memilih produk atau jasa tertentu dari berbagai pilihan berdasarkan preferensi, kebutuhan, dan informasi yang diperoleh [2]. Proses ini mencakup tahapan **seperti pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, dan evaluasi pasca-pembelian**.

Dalam konteks penelitian ini, keputusan mahasiswa merujuk pada proses pengambilan keputusan untuk memilih prodi yang sesuai dengan kebutuhan, preferensi, dan persepsi mereka terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan. Keputusan mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk reputasi, fasilitas yang disediakan, harga pendidikan, serta faktor eksternal seperti persaingan antar prodi. Proses ini melibatkan evaluasi terhadap manfaat yang dirasakan dan relevansi prodi dengan tujuan karier atau pendidikan mereka, menjadikannya aspek penting dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing prodi Manajemen.

Fenomena menunjukkan bahwa jumlah mahasiswa yang memilih program studi Manajemen mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Berdasarkan data jumlah mahasiswa yang terdaftar, pada tahun 2021 terdapat 264 mahasiswa, namun angka ini menurun menjadi 231 pada tahun 2022 dan semakin berkurang menjadi 193 pada tahun 2023. Pada tahun 2024, jumlah mahasiswa kembali meningkat menjadi 252. Berikut adalah tabel yang menunjukkan data jumlah mahasiswa Program Studi Manajemen UMSIDA dari tahun 2021 hingga 2024:

Tabel 1.

Data Jumlah Mahasiswa Prodi Manajemen UMSIDA 2021-2024

Tahun	Jumlah Mahasiswa
2021	264
2022	231
2023	193
2024	252
Total	940

Sumber: Prodi Manajemen UMSIDA (2024)

Berdasarkan observasi, terdapat masalah dalam penelitian ini yaitu keputusan mahasiswa dalam memilih prodi tidak hanya dipengaruhi oleh reputasi, fasilitas, dan harga pendidikan, tetapi juga oleh dinamika preferensi individu dan perubahan konteks persaingan antar prodi. Fenomena ini mengindikasikan adanya tantangan dalam menarik minat mahasiswa di tengah persaingan dengan prodi lain maupun perguruan tinggi lainnya. Hal ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti persaingan antar perguruan tinggi, persepsi terhadap kualitas prodi, dan preferensi mahasiswa terhadap prodi lain.

Reputasi adalah persepsi atau penilaian publik terhadap suatu individu, organisasi, atau institusi berdasarkan akumulasi pengalaman, interaksi, dan informasi yang tersedia [2]. Reputasi mencerminkan citra yang dimiliki oleh entitas tertentu di mata masyarakat, yang terbentuk melalui proses panjang dari tindakan nyata, komunikasi, dan nilai-nilai yang dianut [2]. Dalam konteks organisasi atau institusi, reputasi sering kali dikaitkan dengan kepercayaan, kredibilitas, dan kualitas layanan atau produk yang ditawarkan. Reputasi yang baik dapat menjadi aset strategis yang mendukung keberhasilan jangka panjang, karena dapat meningkatkan daya tarik, loyalitas, dan kepercayaan dari pelanggan atau pemangku kepentingan [3]. Sebaliknya, reputasi yang buruk dapat memberikan dampak negatif terhadap keberlangsungan organisasi, mengurangi kepercayaan publik, serta mempersulit upaya untuk menarik konsumen atau mitra potensial [3]. Oleh karena itu, membangun dan menjaga reputasi yang positif merupakan salah satu aspek penting dalam strategi pengelolaan organisasi.

Dalam konteks penelitian ini, reputasi mencerminkan citra institusi di mata masyarakat yang didasarkan pada indikator seperti akreditasi, keberhasilan alumni, prestasi akademik, serta kualitas pendidikan yang ditawarkan. Reputasi yang baik dapat menciptakan kepercayaan, daya tarik, dan loyalitas dari calon mahasiswa. Penelitian terdahulu membuktikan bahwa reputasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa [4]. Reputasi yang baik menciptakan persepsi positif terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan, sehingga meningkatkan kepercayaan dan daya tarik bagi calon mahasiswa. Selanjutnya fasilitas dapat diartikan sebagai segala bentuk sarana, prasarana, dan layanan yang disediakan oleh suatu institusi atau organisasi untuk mendukung aktivitas, produktivitas, dan kenyamanan penggunaanya [5]. Fasilitas mencakup infrastruktur fisik seperti ruang kelas, laboratorium, perpustakaan, hingga fasilitas non-fisik seperti akses internet. Dalam konteks pendidikan, fasilitas adalah elemen penting yang menunjang proses belajar-mengajar. Fasilitas yang berkualitas menciptakan lingkungan belajar yang kondusif, memungkinkan mahasiswa untuk mengakses sumber daya yang relevan, serta meningkatkan motivasi dan kenyamanan selama menempuh pendidikan.

Dalam penelitian ini, fasilitas dikaitkan dengan pengaruhnya terhadap keputusan mahasiswa untuk memilih prodi Manajemen UMSIDA. Fasilitas seperti laboratorium, ruang belajar yang nyaman, dan akses teknologi menjadi daya tarik bagi mahasiswa. Keberadaan fasilitas yang memadai mendukung pengalaman belajar yang optimal, menciptakan persepsi positif terhadap program studi, dan pada akhirnya memengaruhi keputusan mahasiswa untuk bergabung dengan prodi Manajemen UMSIDA. Penelitian sebelumnya membuktikan pentingnya fasilitas sebagai faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa [6]. Fasilitas seperti laboratorium, ruang belajar yang nyaman, serta akses terhadap teknologi memberikan pengalaman belajar yang lebih baik dan mendukung kebutuhan akademik mahasiswa. Mahasiswa cenderung memilih prodi dengan fasilitas yang mendukung pencapaian tujuan

akademik mereka secara optimal [6].

Harga adalah nilai moneter yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa [5]. Dalam konteks pemasaran, harga mencerminkan nilai tukar yang mencakup aspek ekonomi, persepsi kualitas, dan daya saing suatu produk atau layanan di pasar [5]. Selain itu, harga sering menjadi indikator nilai suatu produk, yang dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih atau membeli. Dalam dunia pendidikan, harga pendidikan merujuk pada biaya yang harus dikeluarkan oleh mahasiswa untuk masuk di prodi tertentu, termasuk biaya kuliah, fasilitas, dan layanan pendukung lainnya. Harga pendidikan tidak hanya dinilai dari nominal biaya tetapi juga dari kesesuaian dengan kualitas pendidikan yang ditawarkan.

Dalam penelitian ini, harga dikaitkan dengan keputusan mahasiswa untuk memilih prodi Manajemen UMSIDA. Harga yang kompetitif, terjangkau, dan sebanding dengan kualitas pendidikan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi preferensi mahasiswa. Selain itu, harga yang sesuai dengan kemampuan finansial mahasiswa dapat meningkatkan daya tarik prodi serta loyalitas mahasiswa terhadap perguruan tinggi. Hal ini menegaskan bahwa strategi penetapan harga yang tepat menjadi kunci dalam menarik minat mahasiswa di tengah persaingan pendidikan tinggi. Harga pendidikan yang kompetitif dan sebanding dengan kualitas yang ditawarkan menjadi pertimbangan utama bagi calon mahasiswa. Harga yang sesuai dengan kemampuan finansial mahasiswa tidak hanya memengaruhi keputusan untuk memilih program studi tertentu tetapi juga meningkatkan loyalitas terhadap perguruan tinggi yang bersangkutan. Penelitian sebelumnya membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan yang memengaruhi keputusan mahasiswa memilih prodi Manajemen [7].

Penelitian sebelumnya membuktikan bahwa reputasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih program studi [8]. Namun, penelitian lain membuktikan bahwa meskipun reputasi penting, fasilitas memiliki pengaruh lebih signifikan [9]. Namun pada penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya, harga menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan mahasiswa di perguruan tinggi [10].

Fenomena diatas menunjukkan bahwa perlu ada penelitian lebih lanjut untuk memahami pengaruh reputasi, fasilitas, dan harga terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi Manajemen di UMSIDA. Fokus penelitian ini adalah menganalisis hubungan ketiga variabel tersebut dengan keputusan mahasiswa, sehingga dapat memberikan wawasan bagi perguruan tinggi untuk merancang strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan daya tarik prodi Manajemen. Berdasarkan fenomena yang berkaitan dengan variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan mahasiswa, hasil yang diperoleh menunjukkan beragam temuan yang menciptakan adanya Evidence Gap. Evidence Gap adalah temuan atau bukti yang diidentifikasi dalam suatu penelitian yang secara signifikan bertentangan dengan kesimpulan atau bertentangan dengan fakta yang diterima secara umum [11]. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk menganalisis yang sedang terjadi dengan judul “**Pengaruh Reputasi, Fasilitas, dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo**”.

Rumusan Masalah:

1. Bagaimana Reputasi dalam mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo?
2. Bagaimana Fasilitas dalam mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo?
3. Bagaimana Harga dalam mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo?

Tujuan Penelitian:

Untuk mengetahui pengaruh Reputasi, Fasilitas, dan Harga terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Pertanyaan Penelitian:

1. Apakah Reputasi berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo?
2. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo?

Kategori SDGs:

Sesuai dengan kategori SDGs 12 <https://sdgs.un.org/goals/goal12> tentang Responsible Consumption and Production. Kategori SDGs 12 ini menekankan pentingnya mengelola secara berkelanjutan sumber daya alam dan bertanggung jawab. Dalam konteks penelitian ini, pemilihan program studi oleh mahasiswa dapat dianalogikan sebagai keputusan konsumsi, di mana mereka mencari manfaat optimal dari biaya yang dikeluarkan. UMSIDA sebagai penyedia pendidikan perlu memastikan bahwa sumber daya yang dimiliki dapat digunakan secara bertanggung jawab dan berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa.

2. LITERATURE REVIEW

Keputusan Mahasiswa

Keputusan adalah hasil dari evaluasi alternatif yang dilakukan oleh individu berdasarkan berbagai pertimbangan rasional dan emosional [12]. Dalam konteks keputusan pembelian, evaluasi ini mencakup penilaian terhadap kelebihan dan kekurangan dari setiap pilihan yang tersedia, baik dari segi kebutuhan, keinginan, maupun manfaat yang diharapkan [12]. Proses pengambilan keputusan sering kali melibatkan kombinasi antara logika dan emosi, di mana konsumen tidak hanya memikirkan faktor objektif seperti harga dan kualitas, tetapi juga faktor subjektif seperti kepercayaan terhadap merek atau pengalaman pribadi [13]. Oleh karena itu, keputusan pembelian dapat mencerminkan pola pikir konsumen yang kompleks dan dinamis, karena dipengaruhi oleh banyak variabel, termasuk preferensi individu, nilai sosial, dan budaya. Keputusan pembelian secara spesifik merujuk pada proses pemilihan barang atau jasa yang dilakukan individu setelah mempertimbangkan berbagai alternatif secara matang [13]. Dalam proses ini, konsumen biasanya melewati beberapa tahapan, mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga akhirnya memilih produk tertentu. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini terkait keputusan mahasiswa adalah minat dan preferensi [14].

1. Minat adalah perasaan tertarik, motivasi, atau keinginan untuk terlibat dalam suatu kegiatan atau bidang tertentu. Dalam konteks penelitian ini, minat adalah tingkat ketertarikan mahasiswa terhadap suatu prodi yang mencerminkan keinginan dan ketertarikan mereka untuk mengikuti pendidikan di prodi tersebut. Minat ini dapat dipengaruhi oleh persepsi terhadap kualitas pendidikan, relevansi dengan karier masa depan, dan nilai-nilai pribadi yang ingin dicapai.
2. Preferensi adalah pilihan, kecenderungan, kesukaan, atau prioritas seseorang terhadap suatu hal. Preferensi juga dapat diartikan sebagai hak untuk diutamakan atau didahulukan. Dalam konteks penelitian ini, preferensi adalah kecenderungan mahasiswa untuk memilih program studi tertentu dibandingkan alternatif lain. Preferensi ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengalaman orang lain, informasi yang diterima, serta penilaian terhadap kelebihan dan kekurangan prodi tersebut.

Dalam penelitian ini, keputusan pembelian dapat diibaratkan sebagai keputusan mahasiswa dalam memilih program studi, yang merupakan proses penting dan kompleks dalam menentukan masa depan pendidikan dan karier mereka. Keputusan ini tidak hanya didasarkan pada satu faktor, melainkan merupakan hasil dari serangkaian pertimbangan yang matang. Mahasiswa mempertimbangkan berbagai informasi terkait perguruan tinggi dan program studi yang diminati, seperti reputasi institusi, kualitas pengajaran, akreditasi program, fasilitas pendukung, dan prospek karier yang ditawarkan oleh program tersebut. Selain itu, faktor eksternal seperti rekomendasi dari keluarga, teman, dan tetangga juga dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan. Pada saat yang sama, mahasiswa harus menyesuaikan pilihan mereka dengan kondisi pribadi termasuk minat akademik, bakat, dan kemampuan finansial. Dengan mempertimbangkan semua aspek tersebut, keputusan mahasiswa dalam memilih prodi mencerminkan perpaduan antara logika rasional dan preferensi emosional sehingga menjadi langkah strategis dalam menentukan pilihan.

Reputasi

Reputasi adalah aset tidak berwujud yang mencerminkan citra dan kredibilitas institusi di mata publik [15]. Reputasi juga dapat diartikan sebagai pendapat atau persepsi umum tentang seseorang, kelompok sosial, organisasi, atau tempat, yang biasanya dikembangkan berdasarkan evaluasi sosial terhadap perilaku atau kinerja [16]. Dalam penelitian ini, reputasi dapat disamakan dengan reputasi program studi. Dari definisi yang dikemukakan para ahli diatas, maka reputasi prodi adalah hasil dari akumulasi kualitas layanan, keberhasilan alumni, dan prestasi akademik yang dilihat oleh calon mahasiswa. Reputasi memengaruhi keputusan mahasiswa melalui persepsi terhadap kualitas pendidikan. Reputasi yang baik dapat meningkatkan minat dan preferensi mahasiswa dalam memilih prodi. Hubungan ini juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti fasilitas yang mendukung pengalaman belajar serta harga yang sesuai dengan kemampuan finansial mahasiswa. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini terkait reputasi adalah kredibilitas akademik, keberhasilan alumni, dan prestasi universitas [17].

1. Kredibilitas akademik adalah kualitas yang menunjukkan sejauh mana seseorang atau institusi dapat dipercaya dalam bidang akademik. Kredibilitas akademik dalam penelitian ini melibatkan kualitas tenaga pengajar, kurikulum, dan akreditasi program studi. Hal ini menunjukkan sejauh mana prodi dianggap mampu menyediakan pendidikan berkualitas yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja.
2. Keberhasilan alumni adalah kesuksesan dalam menjalankan peran mereka di bidang pekerjaan atau jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Keberhasilan alumni juga dapat menjadi tolok ukur keberhasilan pendidikan di perguruan tinggi. Keberhasilan alumni dalam penelitian ini yaitu tingkat kesuksesan alumni di dunia kerja yang mencerminkan dampak nyata pendidikan yang diberikan oleh prodi meliputi jabatan, penghasilan, dan prestasi alumni setelah lulus.
3. Prestasi universitas adalah pencapaian yang diraih oleh suatu perguruan tinggi dalam berbagai bidang baik akademik maupun non-akademik yang mencerminkan kualitas, keunggulan, dan kontribusi institusi tersebut di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Prestasi ini dapat berupa penghargaan atas penelitian, keberhasilan mahasiswa atau dosen dalam kompetisi, akreditasi prodi dengan nilai unggul, serta kontribusi nyata terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan masyarakat. Dalam penelitian ini reputasi mencakup pencapaian akademik dan non-akademik, seperti peringkat institusi secara nasional dan internasional, penghargaan, serta inovasi yang dihasilkan.

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 [17]. Reputasi juga berperan penting dalam keputusan konsumen, karena persepsi positif akan meningkatkan minat dan kepercayaan konsumen [18]. Teori tersebut didukung oleh penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa reputasi memiliki pengaruh signifikan [19]. Selain itu, penelitian lain membuktikan pentingnya reputasi dalam membangun kepercayaan publik dan meningkatkan daya saing perguruan tinggi [20]. Penelitian terdahulu membuktikan bahwa reputasi yang kuat menciptakan keunggulan kompetitif yang pada akhirnya memengaruhi keputusan mahasiswa [21]. Penelitian sebelumnya juga membuktikan bahwa reputasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen [22]. Penelitian lain juga membuktikan bahwa variabel reputasi mempengaruhi keputusan konsumen [23]. Lalu penelitian terdahulu membuktikan bahwa reputasi memberi pengaruh positif signifikan pada keputusan konsumen [24]. Demikian pula dengan penelitian lain yang juga membuktikan bahwa reputasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen [25]. **Pada penelitian lain pun dibuktikan sama, dimana variabel reputasi memengaruhi keputusan dalam menentukan pilihan konsumen [26].**

Fasilitas

Fasilitas adalah elemen fisik dan non-fisik yang disediakan oleh suatu organisasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan mendukung aktivitas utama [27]. Fasilitas juga dapat diartikan sebagai sarana atau prasarana yang dapat memudahkan dan melancarkan suatu kegiatan atau fungsi [28]. Dalam penelitian ini, fasilitas dapat disamakan dengan fasilitas yang ditawarkan oleh perguruan tinggi. Dari teori yang dikemukakan para ahli diatas, maka fasilitas merupakan elemen penting yang menciptakan pengalaman belajar yang positif bagi mahasiswa mencakup infrastruktur fisik dan non-fisik yang mendukung proses pembelajaran. **Di perguruan tinggi, fasilitas** meliputi ruang kelas, laboratorium, perpustakaan, dan lingkungan kampus yang nyaman. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini terkait fasilitas adalah fasilitas akademik, fasilitas non-akademik, teknologi [29].

1. Fasilitas akademik adalah sarana yang mendukung kegiatan belajar mengajar di perguruan tinggi. Fasilitas dalam penelitian ini mencakup laboratorium, perpustakaan, dan ruang kelas. Laboratorium memberikan dukungan untuk kegiatan praktikum, perpustakaan menyediakan akses ke literatur ilmiah, dan ruang kelas memastikan kenyamanan dalam proses pembelajaran. Fasilitas ini berperan penting dalam meningkatkan kualitas akademik mahasiswa.
2. Fasilitas non-akademik yaitu fasilitas yang tidak berkaitan dengan kegiatan akademik. Fasilitas non-akademik dalam penelitian ini adalah kantin. Kantin memenuhi kebutuhan makanan sehari-hari mahasiswa. Keberadaan fasilitas ini meningkatkan kesejahteraan mahasiswa.
3. Teknologi adalah penerapan ilmu pengetahuan untuk menyelesaikan tugas atau kegiatan tertentu dengan lebih efektif. Teknologi dalam konteks penelitian ini mencakup ketersediaan internet, komputer, dan sistem informasi akademik. Akses internet memfasilitasi pembelajaran daring, komputer mendukung penyelesaian tugas, dan sistem informasi akademik memungkinkan pengelolaan administrasi secara efisien. Teknologi ini meningkatkan pengalaman belajar dan efisiensi akademik mahasiswa.

Peran fasilitas dalam mendukung keberhasilan suatu organisasi sangat penting baik dalam aspek fisik maupun non-fisik. Fasilitas berperan dalam mendukung dengan menyediakan sarana yang memadai. Teknologi juga memiliki peran yang tidak kalah penting dengan menyediakan akses informasi dan mendukung efisiensi [29]. Teori tersebut didukung oleh penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa [30]. Penelitian lain membuktikan bahwa fasilitas memberi pengaruh signifikan [31]. Selain itu, penelitian terdahulu membuktikan bahwa teknologi yang mendukung juga berkontribusi pada keputusan mahasiswa memilih prodi [32]. Penelitian sebelumnya juga membuktikan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan konsumen [33]. Penelitian lain juga membuktikan bahwa fasilitas mempengaruhi keputusan konsumen [34]. Lalu penelitian terdahulu membuktikan bahwa fasilitas memberi pengaruh positif signifikan pada keputusan konsumen [35]. Hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang membuktikan fasilitas mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen [36]. Demikian pula,

pada penelitian ini juga membuktikan adanya pengaruh fasilitas terhadap keputusan konsumen [37].

Harga

Harga adalah jumlah total yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau layanan [38]. Harga juga dapat diartikan sebagai jumlah uang tertentu yang ditukarkan dengan suatu unit barang atau jasa [39]. Dalam penelitian ini, harga dapat disamakan dengan harga yang ditawarkan oleh perguruan tinggi. Dari definisi yang dikemukakan para ahli diatas harga adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh mahasiswa untuk menempuh pendidikan di suatu perguruan tinggi mencakup biaya kuliah dan biaya tambahan lainnya. Harga memiliki hubungan dengan keputusan mahasiswa dalam memilih prodi. Harga yang sesuai dengan kualitas, terjangkau, dan transparan meningkatkan daya tarik prodi dan memengaruhi minat serta preferensi calon mahasiswa. Dalam pasar pendidikan tinggi, harga yang kompetitif menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi persepsi calon mahasiswa terhadap nilai dan manfaat pendidikan di suatu institusi. Semua faktor ini membentuk pengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih prodi. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini terkait harga adalah kesesuaian harga dengan kualitas, keterjangkauan, dan transparansi biaya [40].

1. Kesesuaian **harga dengan kualitas adalah faktor penetapan harga yang dilakukan oleh produsen sehingga sesuai dengan kualitas produk yang dapat** diterima konsumen. Dalam konteks penelitian ini, kesesuaian harga dengan kualitas adalah apakah biaya pendidikan yang dikeluarkan oleh mahasiswa sebanding dengan manfaat yang diterima seperti kualitas prodi, fasilitas, dan prospek karier. Perguruan tinggi yang mampu menawarkan keseimbangan ini cenderung lebih menarik bagi calon mahasiswa.

2. Keterjangkauan adalah konsep yang dapat meningkatkan profitabilitas produk dan layanan, meningkatkan pangsa pasar, dan memangkas biaya. Dalam konteks penelitian ini, keterjangkauan mengacu pada kemampuan mahasiswa untuk membayar biaya pendidikan tanpa memberikan beban finansial yang berlebihan. Faktor ini sangat penting dalam memengaruhi pilihan mahasiswa terutama bagi mereka dengan keterbatasan finansial.

3. Transparansi biaya yaitu penyajian informasi biaya dengan jelas. Transparansi biaya juga dapat diartikan sebagai memberikan informasi keuangan yang terbuka dan jujur. Dalam konteks penelitian ini, transparansi biaya mencakup kejelasan rincian biaya yang harus dibayar oleh mahasiswa. Perguruan tinggi yang memberikan informasi biaya secara rinci dan transparan meningkatkan kepercayaan calon mahasiswa dalam memilih institusi tersebut.

Peran harga dalam keputusan konsumen sangat bergantung pada kesesuaian antara harga yang ditawarkan dengan kualitas produk atau layanan yang diterima. Kesesuaian harga dengan kualitas memastikan bahwa konsumen merasa bahwa apa yang mereka bayar sebanding dengan manfaat yang mereka peroleh. Keterjangkauan harga mempengaruhi daya beli konsumen yang dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli atau tidak membeli produk atau layanan tertentu terutama jika harga terlalu tinggi. Transparansi biaya juga berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen karena dengan adanya kejelasan informasi mengenai biaya, konsumen merasa lebih yakin dalam membuat keputusan pembelian [40]. Teori tersebut didukung oleh penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa harga merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen [41]. Penelitian lain membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh dalam keputusan konsumen [42]. Penelitian terdahulu juga membuktikan bahwa harga memengaruhi keputusan dalam menentukan pilihan konsumen [43]. Penelitian lain juga membuktikan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen [44]. Penelitian sebelumnya membuktikan bahwa variabel harga mempengaruhi keputusan konsumen [45]. Lalu penelitian terdahulu membuktikan bahwa harga memberi pengaruh positif signifikan pada keputusan konsumen [46]. Demikian pula dengan penelitian lain yang juga membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen [47]. Pada penelitian lain pun dibuktikan sama, di mana variabel harga memengaruhi keputusan dalam menentukan pilihan konsumen [48].

Gambar 1.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut: **H1: Reputasi berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.**

H2: Fasilitas berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

H3: Harga berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

3. METODE

Penelitian **ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang** menggunakan angka dan statistik untuk mengumpulkan dan menganalisis data [49]. Pendekatan ini digunakan untuk menguji hipotesis, mengidentifikasi pola, dan hubungan antar variabel. Metode deskriptif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan objek atau subjek penelitian secara mendalam, luas, dan terperinci [49]. Pendekatan kuantitatif dipilih karena **penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh reputasi, fasilitas, dan harga terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA).** Populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian atau data yang akan diteliti [49]. Populasi juga dapat diartikan sebagai seluruh jumlah orang atau penduduk di suatu daerah [49]. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif prodi Manajemen UMSIDA tahun 2021-2024 dengan jumlah 940 mahasiswa. Data jumlah mahasiswa bersumber dari data prodi Manajemen UMSIDA. Sedangkan **sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut** [49]. Sampel juga dapat diartikan sebagai bagian dari populasi yang digunakan untuk mewakili atau menggambarkan seluruh populasi yang diteliti [49]. **Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel probability sampling dengan teknik simple random sampling. Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel** [50]. Sedangkan simple random sampling ialah metode pemilihan sampel di mana setiap individu dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih [50].

Berdasarkan perhitungan rumus Slovin diatas dengan margin error 5%, jumlah sampel yang diperlukan untuk penelitian ini adalah 281 mahasiswa.

Sampel ini dikatakan layak didasarkan atas teori Roscoe yang menyatakan bahwa **dalam sebuah penelitian terdapat antara 30 sampai 500 sampel** [51].

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber utama yaitu responden [50]. **Sumber data yang digunakan penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner online melalui google form. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk** dijawab [50]. **Kuesioner ini menggunakan skala Likert** 5 poin untuk mengukur persepsi mahasiswa terhadap setiap variabel. Skala Likert adalah metode pengukuran yang digunakan untuk mendapatkan data kuantitatif tentang sikap, pendapat, atau persepsi responden [50].

Data primer yang telah diperoleh kemudian dianalisis **menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik**

dengan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Kemudian dilakukan uji regresi linier berganda dan uji T dibantu dengan program SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versi 25. SPSS adalah program komputer yang digunakan untuk menganalisis data kuantitatif dan statistik [52].

1. Uji validitas

Uji Validitas adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana responden memahami pernyataan yang diajukan dalam penelitian [53]. Jika hasil uji tersebut menunjukkan hasil yang tidak valid, maka dapat diasumsikan bahwa responden tidak sepenuhnya memahami pernyataan yang diajukan oleh peneliti. Validitas nilai dapat diinterpretasikan dengan membandingkan nilai r-hitung yang diperoleh dari uji validitas dengan nilai r-tabel yang telah ditetapkan untuk setiap item pernyataan dalam kuesioner yang sedang diuji. Sebuah item pernyataan akan dianggap valid jika nilai r-hitung yang didapatkan melebihi atau setara dengan nilai r-tabel yang sudah ditentukan sesuai dengan parameter penelitian yang bersangkutan.

2. Uji Reliabilitas Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengevaluasi tingkat keakuratan kuesioner, sehingga hasil yang diperoleh konsisten ketika pengukuran dilakukan ulang pada objek yang sama [53]. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas kuesioner dilakukan dengan menggunakan analisis statistik Cronbach's alpha. Jika nilai Cronbach's alpha melebihi 0,7, maka item dari kuesioner tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang memadai. Sebaliknya, apabila nilai korelasi tersebut di bawah 0,7, maka item tersebut dianggap kurang reliable. 3. Uji Asumsi Klasik Uji Asumsi Klasik merupakan kriteria statistik yang harus dipatuhi dalam analisis regresi linear berganda yang menggunakan metode Ordinary Least Square (OLS) [53].

1. Uji Normalitas dilakukan untuk menilai distribusi data menggunakan metode P-Plot dalam perangkat lunak statistik seperti SPSS [53]. Uji normalitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah sebaran data dalam suatu kelompok data atau variabel sesuai dengan distribusi normal atau tidak.
2. Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat hubungan atau korelasi antar variabel bebas dalam sebuah model regresi [53]. Pengukuran multikolinearitas dalam model ini dilakukan menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1, maka model dianggap bebas dari masalah multikolinearitas atau tidak terjadi hubungan yang signifikan antar variabel bebas.
3. Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi [53]. Model dinyatakan bebas dari masalah heteroskedastisitas jika tidak ditemukan pola tertentu, seperti bergelombang, melebar, atau menyempit, dan jika titik-titik residual tersebar secara acak di sekitar angka 0 pada sumbu Y.
4. Uji Autokorelasi digunakan untuk mengevaluasi ada tidaknya korelasi serial dalam model regresi, atau untuk mengetahui apakah terdapat hubungan autokorelasi di antara variabel yang diamati [53]. Hal ini juga dapat diartikan sebagai bentuk pelanggaran asumsi klasik yang sering terjadi, terutama saat regresi linier digunakan untuk menganalisis data deret waktu. Dalam model regresi, autokorelasi biasanya diuji menggunakan metode Durbin-Watson. Jika nilai Durbin-Watson (d) berada di antara nilai batas atas (dU) dan (4-dU), maka model dianggap bebas dari autokorelasi. Rumus untuk kondisi ini adalah: dU < d < (4-dU).

4. Uji Regresi Linier Berganda Uji Regresi Linier Berganda merupakan metode regresi linier yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas [53]. Model ini disebut linier berganda ketika terdapat beberapa variabel bebas, sementara variabel terikatnya hanya satu.

Rumus matematis dalam penelitian ini: $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$ Keterangan: Y = Keputusan Mahasiswa (Variabel terikat)
a = Konstanta (Jika nilai x sebesar 0, maka Y akan sebesar a atau konstanta) b_1, b_2, b_3 = Koefisien persamaan regresi (nilai peningkatan atau penurunan) X_1 = Reputasi (Variabel bebas) X_2 = Fasilitas (Variabel bebas) X_3 = Harga (Variabel bebas) e = Nilai error

5. Uji Parsial (Uji T) Uji Parsial atau dikenal sebagai Uji T adalah metode pengujian yang dilakukan terhadap koefisien regresi setiap variabel secara individu [53]. Tujuannya adalah untuk menilai signifikansi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Hipotesis dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Jika nilai t hitung \leq t tabel, maka variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

H_1 : Jika nilai t hitung $>$ t tabel, maka variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif, yaitu metode yang digunakan untuk menyajikan dan mendeskripsikan data yang diperoleh dari responden secara sistematis. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan Google Form, dengan total responden sebanyak 330 orang. Berdasarkan hasil pengolahan data, ditemukan bahwa responden perempuan mendominasi sebanyak 60,6%, sedangkan responden laki-laki sebanyak 39,4%. Dilihat dari distribusi semester, mayoritas responden berasal dari semester 8 sebanyak 48,5%, disusul oleh semester 4 sebanyak 18,8%, semester 2 sebanyak 18,8%, dan semester 6 sebanyak 13,9%.

B. Hasil Analisis Data 1. Pengujian Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas

Sumber: Data diolah oleh SPSS versi 25

Hasil analisis uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dari setiap variabel memiliki nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel, sehingga penelitian ini dianggap valid dan dapat digunakan sebagai instrumen untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti. Hal ini juga diperkuat oleh nilai signifikansi yang diperoleh, yaitu sebesar 0,000 < 0,05.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Sumber: Data diolah oleh SPSS versi 25

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa uji reliabilitas dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena hasil uji Cronbach's Alpha > 0,70, yang menunjukkan bahwa seluruh instrumen pada masing-masing variabel memiliki konsistensi internal yang baik. Variabel Keputusan Mahasiswa (Y) memiliki nilai alpha sebesar 0,954, Reputasi (X1) sebesar 0,920, Fasilitas (X2) sebesar 0,912, dan Harga (X3) sebesar 0,913. Dengan demikian,

seluruh variabel dalam penelitian ini dapat disimpulkan memiliki reliabilitas.

2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Gambar 2. Uji Normalitas Sumber: Data diolah oleh SPSS versi 25

Berdasarkan hasil uji normalitas yang ditampilkan pada grafik Normal Probability Plot, terlihat bahwa titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian memenuhi syarat distribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal dan lolos uji normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Sumber: Data diolah oleh SPSS versi 25

Reputasi (X_1) = 0,298, Fasilitas (X_2) = 0,287, dan Harga (X_3) = 0,505. Dapat dikatakan bahwa seluruh nilai tolerance > 0,10, yang berarti tidak terdapat korelasi antar variabel bebas. Sedangkan pada hasil perhitungan Variance Inflation Factor (VIF) dari masing-masing variabel bebas yaitu Reputasi (X_1) = 3,360, Fasilitas (X_2) = 3,484, dan Harga (X_3) = 1,980, yang artinya seluruh nilai VIF < 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas di antara variabel independen dalam model regresi ini.

3. Uji Autokorelasi

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Sumber: Data diolah oleh SPSS versi 25

Dari tabel uji autokorelasi diatas, diperoleh nilai Durbin Watson (DW) sebesar 2,007. Selanjutnya nilai ini akan dibandingkan dengan nilai DW tabel dengan taraf signifikansi 0,05 dengan K = 3 dan N = 330. Sehingga diperoleh dU = 1,832 dan 4-dU = 2,168. Maka dU (1,832) < DW (2,007) < 4 - dU (2,168) maka dapat disimpulkan bahwa data bebas dari autokorelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah oleh SPSS versi 25

Berdasarkan hasil uji yang ditampilkan pada gambar scatterplot, terlihat bahwa tidak ada pola tertentu yang muncul. Titik-titik pada diagram pencar tersebar secara acak, baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu vertikal (sumbu Y). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari masalah.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Uji Regresi Linier Berganda

Sumber: Data diolah oleh SPSS versi 25

Berdasarkan output yang diperoleh, didapatkan persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 3,497 + 0,349 X_1 + 0,146 X_2 + 0,094 X_3$

1. Konstanta (a): Nilai konstanta sebesar 3,497 menunjukkan bahwa apabila tidak terdapat pengaruh dari variabel independen, yaitu Reputasi (X_1), Fasilitas (X_2), dan Harga (X_3), maka nilai variabel dependen, yaitu Keputusan Mahasiswa (Y), akan tetap berada pada angka 3,497. Artinya, dalam kondisi semua variabel bebas bernilai nol atau tidak mengalami perubahan, Keputusan Mahasiswa tetap berada pada tingkat tersebut.

2. Reputasi (X_1): Koefisien untuk variabel Reputasi bernilai positif sebesar 0,349, yang menunjukkan adanya hubungan positif antara Reputasi dan Keputusan Mahasiswa. Artinya, setiap peningkatan skor pada variabel Reputasi sebesar satu satuan akan meningkatkan skor Keputusan Mahasiswa sebesar 0,349, dengan asumsi variabel lainnya, yaitu Fasilitas dan Harga, dalam keadaan konstan.

3. Fasilitas (X_2): Koefisien untuk variabel Fasilitas adalah sebesar 0,146, yang menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel Fasilitas dan Keputusan Mahasiswa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jika variabel Fasilitas meningkat satu satuan, maka variabel Keputusan Mahasiswa juga akan meningkat sebesar 0,146, dengan asumsi bahwa variabel Reputasi dan Harga tetap konstan.

4. Harga (X_3): Koefisien untuk Harga adalah sebesar 0,094, yang menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel Harga dan Keputusan Mahasiswa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jika variabel Harga meningkat satu satuan, maka variabel Keputusan Mahasiswa juga akan meningkat sebesar 0,094, dengan asumsi bahwa variabel Fasilitas dan Reputasi tetap konstan.

6. Uji Parsial (Uji T)

Tabel 7. Uji Parsial (Uji T)

Sumber: Data diolah oleh SPSS versi 25

Dalam hasil uji parsial (t-test) yang dilakukan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel Keputusan Mahasiswa (Y), digunakan asumsi tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan (degree of freedom) sebesar K = 3. Hasil perhitungan dari derajat kebebasan sebesar 326 dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, maka diperoleh nilai t-tabel sebesar 1,967. Berikut penjelasan hasil uji parsial:

1. Pengujian Koefisien Variabel Reputasi (X_1): Dari hasil output diperoleh nilai t-hitung untuk variabel Reputasi sebesar 9,656 dengan tingkat signifikansi

sebesar 0,000 (Sig < 0,05). Nilai ini **lebih besar dari t-tabel** yaitu 1,967, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Reputasi terhadap Keputusan Mahasiswa. Dengan demikian, hipotesis H1 diterima.

2. Pengujian Koefisien Variabel Fasilitas (X2): Dari hasil output diperoleh **nilai t-hitung untuk variabel Fasilitas** sebesar 3,847 **dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (Sig < 0,05)**. Karena **t-hitung > t-tabel (3,847 > 1,967)**, maka dapat disimpulkan bahwa **Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa. Dengan demikian, hipotesis H2 diterima.**

3. Pengujian Koefisien Variabel Harga (X3): Hasil output menunjukkan **nilai t-hitung untuk variabel Harga adalah** 3,215 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 (Sig < 0,05). Nilai ini juga **lebih besar dari t-tabel** (3,215 > 1,967), yang berarti Harga berpengaruh secara **positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa.** Dengan demikian, hipotesis H3 diterima.

Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yang diuji berpengaruh secara **positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa** Memilih Prodi Manajemen di Umsida. Dari ketiga variabel tersebut, Reputasi memiliki pengaruh paling kuat dengan nilai t-hitung tertinggi yaitu 9,656, menunjukkan bahwa faktor ini menjadi aspek krusial dalam pengambilan keputusan mahasiswa. Oleh karena itu, peningkatan reputasi institusi dapat menjadi strategi utama dalam menarik minat mahasiswa.

C. Pembahasan

Reputasi berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa reputasi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Hal ini menunjukkan mayoritas responden setuju bahwa prestasi seperti capaian akreditasi unggul dan prestasi akademik di tingkat nasional, sangat memengaruhi keputusan mereka untuk memilih prodi Manajemen. Selanjutnya responden berpendapat bahwa kredibilitas akademik tercermin melalui kualitas program studi yang relevan dengan kebutuhan industri serta keseriusan institusi dalam membangun jejaring kerja sama. Keberhasilan alumni turut menjadi aspek penting dalam memperkuat reputasi. Banyak alumni yang sukses berkariernya di berbagai sektor, menciptakan persepsi positif bahwa lulus dari prodi Manajemen memberikan peluang lebih besar untuk bersaing di dunia kerja. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi yang baik menjadi aspek yang mendorong keputusan mahasiswa memilih prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

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 [17]. Reputasi juga berperan penting dalam keputusan konsumen, karena persepsi positif akan meningkatkan minat dan kepercayaan konsumen [18].

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa reputasi memiliki pengaruh signifikan [19]. Selain itu, penelitian lain membuktikan pentingnya reputasi dalam membangun kepercayaan publik dan meningkatkan daya saing perguruan tinggi [20]. Penelitian terdahulu membuktikan bahwa reputasi yang kuat menciptakan keunggulan kompetitif yang pada akhirnya memengaruhi keputusan mahasiswa [21]. **Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa** reputasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen [22]. **Penelitian lain juga membuktikan bahwa** variabel reputasi mempengaruhi keputusan konsumen [23]. **Lalu penelitian terdahulu membuktikan bahwa** reputasi memberi pengaruh positif signifikan pada keputusan konsumen [24]. Demikian pula dengan penelitian lain yang juga membuktikan bahwa reputasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen [25]. **Pada penelitian lain pun dibuktikan sama, dimana variabel reputasi memengaruhi keputusan** dalam menentukan pilihan konsumen [26].

Fasilitas berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Berdasarkan hasil analisis membuktikan **bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi** Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Hal ini menunjukkan mayoritas responden setuju bahwa ketersediaan fasilitas akademik seperti ruang kelas yang nyaman, perpustakaan yang lengkap, dan laboratorium yang memadai sangat memengaruhi keputusan mereka. Selanjutnya responden berpendapat bahwa fasilitas non-akademik seperti area parkir dan kantin turut meningkatkan kenyamanan selama perkuliahan. Faktor ini memperkuat daya tarik Universitas Muhammadiyah Sidoarjo sebagai lingkungan pendidikan yang tidak hanya fokus pada akademik tetapi juga memperhatikan kesejahteraan mahasiswa. Selain itu, kemajuan teknologi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo seperti sistem informasi akademik yang berbasis digital, akses Wi-Fi di seluruh area kampus, dan platform pembelajaran daring turut menjadi aspek penting dalam membentuk keputusan mahasiswa memilih Program Studi Manajemen. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas yang memadai juga menjadi aspek yang mendorong keputusan mahasiswa memilih prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Hasil ini selaras dengan teori yang menyatakan bahwa peran fasilitas dalam mendukung keberhasilan suatu organisasi sangat penting baik dalam aspek fisik maupun non-fisik. Fasilitas berperan dalam mendukung dengan menyediakan sarana yang memadai. Teknologi juga memiliki peran yang tidak kalah penting dengan menyediakan akses informasi dan mendukung efisiensi [29]. Fasilitas berperan penting dalam keputusan konsumen karena kualitas dan kelengkapan fasilitas dapat meningkatkan kepuasan serta kepercayaan pengguna. Fasilitas yang modern dan komprehensif menciptakan persepsi bahwa institusi pendidikan mampu memberikan pengalaman belajar yang optimal serta mendukung pengembangan diri mahasiswa secara holistik [54]. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa [30]. Penelitian lain membuktikan bahwa fasilitas memberi pengaruh signifikan [31]. Selain itu, penelitian terdahulu membuktikan bahwa teknologi yang mendukung juga berkontribusi pada keputusan mahasiswa memilih prodi [32]. Penelitian sebelumnya juga membuktikan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan konsumen [33]. Penelitian lain juga membuktikan bahwa fasilitas mempengaruhi keputusan konsumen [34]. Lalu penelitian terdahulu membuktikan bahwa fasilitas memberi pengaruh positif signifikan pada keputusan konsumen [35]. Hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang membuktikan fasilitas mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen [36]. Demikian pula, pada penelitian ini juga membuktikan adanya pengaruh fasilitas terhadap keputusan konsumen [37].

Harga berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa harga **berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi** Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Hal ini menunjukkan mayoritas responden setuju bahwa transparansi biaya kuliah, seperti rincian biaya SPP serta biaya tambahan lainnya yang diinformasikan secara terbuka dan rinci sangat memengaruhi keputusan mereka. Selanjutnya responden berpendapat bahwa kesesuaian harga dengan kualitas pendidikan yang diberikan prodi Manajemen sebanding dengan fasilitas, kualitas dosen, serta peluang karier yang ditawarkan. Selain itu, keterjangkauan harga turut menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan. Banyak responden merasakan bahwa biaya kuliah di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo relatif terjangkau jika dibandingkan dengan kampus swasta lain, sehingga memungkinkan lebih banyak mahasiswa dari berbagai latar belakang ekonomi untuk mengakses pendidikan berkualitas. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan

bahwa harga yang terjangkau menjadi aspek yang mendorong keputusan mahasiswa memilih prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Hasil ini selaras dengan teori yang menyatakan bahwa peran harga dalam keputusan konsumen sangat bergantung pada kesesuaian antara harga yang ditawarkan dengan kualitas produk atau layanan yang diterima. Kesesuaian harga dengan kualitas memastikan bahwa konsumen merasa bahwa apa yang mereka bayar sebanding dengan manfaat yang mereka peroleh. Keterjangkauan harga mempengaruhi daya beli konsumen yang dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli atau tidak membeli produk atau layanan tertentu terutama jika harga terlalu tinggi. Transparansi biaya juga berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen karena dengan adanya kejelasan informasi mengenai biaya, konsumen merasa lebih yakin dalam membuat keputusan pembelian [40]. Harga berperan penting dalam keputusan konsumen, karena harga sering dijadikan pertimbangan utama dalam menentukan nilai manfaat produk atau layanan. Harga yang sesuai dan transparan menciptakan persepsi bahwa institusi menghargai integritas dan mampu memberikan layanan yang layak atas biaya yang dibayarkan [55].

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang juga membuktikan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen [44].

Penelitian lain juga membuktikan bahwa variabel harga mempengaruhi keputusan konsumen [45]. **Lalu penelitian terdahulu membuktikan bahwa** harga memberi pengaruh positif signifikan pada keputusan konsumen [46]. Demikian pula dengan penelitian lain yang juga membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen [47]. Pada penelitian lain pun dibuktikan sama, di mana variabel harga memengaruhi keputusan dalam menentukan pilihan konsumen [48]. Penelitian sebelumnya juga membuktikan bahwa harga merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen [41]. Penelitian lain membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh dalam keputusan konsumen [42]. Penelitian terdahulu juga membuktikan bahwa harga memengaruhi keputusan dalam menentukan pilihan konsumen [43].

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan terbukti diterima. Reputasi, fasilitas, dan harga **memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam** memilih Program Studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Reputasi menjadi faktor utama yang membentuk citra positif institusi melalui akreditasi, prestasi akademik, dan keberhasilan alumni. Maka semakin baik reputasi sebuah perguruan tinggi, semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa memilih institusi tersebut. Fasilitas kampus yang memadai, baik dari segi sarana pembelajaran maupun penunjang lainnya, turut mendukung kenyamanan serta efektivitas proses studi mahasiswa. Maka semakin baik fasilitas yang tersedia, semakin besar pula kecenderungan mahasiswa memilih institusi tersebut. Sementara itu, faktor harga juga memengaruhi keputusan, di mana keterjangkauan dan transparansi biaya memberikan keyakinan dan nilai tambah bagi calon mahasiswa dalam menentukan pilihan perguruan tinggi. Maka semakin baik persepsi mahasiswa terhadap biaya yang ditawarkan, semakin besar kemungkinan mereka untuk memilih institusi tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan daya tarik program studi, perguruan tinggi perlu membangun dan menjaga reputasi institusi melalui pencapaian prestasi, peningkatan mutu akademik, dan keberhasilan alumni. Di sisi lain, penyediaan fasilitas yang lengkap, modern, dan mendukung kebutuhan belajar serta kegiatan sosial mahasiswa menjadi elemen penting dalam menciptakan lingkungan kampus yang kompetitif. Selain itu, kebijakan penetapan harga pendidikan yang transparan, terjangkau, dan sebanding dengan mutu layanan pendidikan akan memperkuat kepercayaan masyarakat serta memperluas akses mahasiswa dari berbagai kalangan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam studi selanjutnya. Pertama, cakupan responden masih terbatas pada lingkungan tertentu, sehingga hasil belum dapat digeneralisasi ke seluruh calon mahasiswa Indonesia. Kedua, metode kuesioner online berisiko menghasilkan bias jika responden tidak mengisi data secara jujur atau konsisten. Ketiga, variabel-variabel lain seperti digital marketing dan Word of Mouth (WOM) belum dianalisis, padahal berpotensi memberikan pengaruh terhadap keputusan mahasiswa. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian mendatang memperluas wilayah responden dan menambahkan variabel baru guna memperoleh **pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi** pemilihan program studi di perguruan tinggi.

6. UCAPAN TERIMA KASIH Puji dan syukur dipanjangkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, **sehingga artikel ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik.** Ucapan terima kasih yang tulus ditujukan kepada dosen pembimbing, dosen pengaji, dan keluarga tercinta atas dukungan yang tak pernah putus. Apresiasi juga diberikan kepada rekan-rekan yang telah memberikan semangat, serta semua pihak yang turut membantu dan berkontribusi dalam proses penelitian ini. Semoga segala bentuk bantuan dan dukungan yang diberikan menjadi amal kebaikan dan menjadikan artikel ini bermanfaat bagi banyak pihak.