

**PENGARUH BIAYA PENDIDIKAN, PERSEPSI MAHASISWA, DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa UNISRI, USB, UNSA, dan UTP)**

**Maria Venty Manek <sup>1)</sup>**

**Rispantyo <sup>2)</sup>**

**Djoko Kristianto <sup>3)</sup>**

1, 2, 3) Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta  
e-mail: <sup>1)</sup> ventymanek25@gmail.com

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of the cost of education on the decision of students to choose an accounting study program, the effect of students' perceptions on students' decision to choose an accounting study program and the effect of promotion on the decision of students choosing an accounting study program. This study uses primary data from answers to questionnaires distributed to all 2019 accounting study program students at Slamet Riyadi University in Surakarta, Setia Budi University, Surakarta University, and Tunas Pembangunan University. The sampling technique uses purposive sampling method.*

*The result of T count 2,470 with p-value  $0,016 < 0,05$  means that there is a positive and significant influence on the cost of education ( $X_1$ ) on the decision of students to choose an accounting study program ( $Y$ ). H acyl t-,699 with a p-value of  $0,487 > 0,05$  means that any negative effects and no significant student perceptions ( $X_2$ ) the decision of the students choose courses accounting ( $Y$ ). H acyl t count 0,314 with a p-value of  $0,008 < 0,05$  means there is a positive and significant effect of the promotion ( $X_3$ ) against the decision of the students choose courses accounting ( $Y$ ). F test results of 5,071 with a p-value of  $0,003 < 0,05$ , which means that simultaneously variable education costs ( $X_1$ ), student perceptions ( $X_2$ ), and promotions ( $X_3$ ) have a significant effect on students' decision to choose an accounting study program ( $Y$ ). The determination test shows the value of Adjusted R Square 0,156 concluded that the student decision variable can be explained by the three independent variables namely education costs, student perceptions, and promotions because the remaining Adjusted R Square 15 ( $100\% - 15\% = 85\%$ ) is explained by the causes - other causes outside the model.*

**Keywords:** *Education Costs, Student Perceptions, Promotions, Decisions To Choose Accounting Majors*

**PENDAHULUAN**

Era sekarang ini Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) berkembang sangat cepat, sehingga menuntut setiap individu untuk meningkatkan kemampuan sumber daya yang dimiliki. Bermutunya kualitas sumber daya manusia dapat menentukan maju atau mundurnya suatu negara. Semakin tinggi kualitas sumber daya suatu negara maka daya saing negara tersebut dengan negara lain juga semakin tinggi. Pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan suatu bangsa dan negara karena membutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas dalam hal penguasaan ilmu pengetahuan, teknologi dan sikap.

Negara harus memperhatikan program pendidikan bagi masyarakat jika tidak ingin kehilangan generasi yang handal, berprestasi dan integritas. Pendidikan merupakan salah satu sarana yang digunakan dalam mengembangkan potensi yang dimiliki oleh setiap individu melalui pembelajaran yang diterima.

Pendidikan pada umumnya dimulai dari usia dini yang biasa disebut dengan PAUD, dan taman kanak-kanak dilanjutkan ke pendidikan di bangku sekolah mulai dari SD, SMP dan SMA/SMK dan perguruan tinggi yang merupakan jenjang akhir didalam dunia pendidikan. Perguruan tinggi termasuk salah satu kelompok jasa yang murni dimana dalam pemberian jasa yang dilakukan didukung dengan adanya sarana dan prasarana pendukung (Rambat dan Hamdani, 2008).

Dalam mengambil keputusan untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi, seseorang dituntut untuk mengambil keputusan yang berkaitan dengan jurusan yang akan dipilih. Keputusan tersebut dapat memberikan pengaruh yang banyak baik dalam jangka waktu pendek atau jangka waktu yang panjang, dan biasanya berkaitan dengan dunia kerja. Meskipun banyak lapangan pekerjaan yang membutuhkan lulusan SMA atau sederajat, namun penempatan posisi pekerjaan akan berbeda antara lulusan SMA atau sederajat dengan yang lulusan sarjana. Hal ini berarti didalam dunia kerja tidak kalah kompetitifnya, dapat dibuktikan dengan semakin banyaknya syarat yang diminta dari pihak perusahaan bagi calon karayawannya, salah satu syarat tersebut adalah jenjang pendidikan (Martini, 2013).

Peraturan Pemerintah (PP) nomor 19 tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan (SNP) bab 1 pasal 1 ayat 12 mengatakan bahwa biaya operasi satuan pendidikan adalah bagian dari dana pendidikan yang diperlukan untuk membiayai kegiatan operasi satuan pendidikan agar dapat berlangsung kegiatan pendidikan yang sesuai dengan standar nasional pendidikan secara teratur dan berkelanjutan. Hal ini menjelaskan bahwa biaya pendidikan merupakan semua jenis pengeluaran yang digunakan untuk membiayai semua kebutuhan dalam pendidikan baik itu secara langsung maupun tidak langsung sehingga kegiatan pendidikan dapat berlangsung sesuai dengan standar nasional pendidikan. Hasil penelitian dari Suryani (2016), menyatakan bahwa biaya pendidikan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih jurusan akuntansi, sedangkan hasil penelitian dari Yuliatri, Musafa, dan Rahmansyah (2016) mengatakan bahwa harga atau biaya berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi.

Persepsi mahasiswa adalah cara seseorang melihat dan menanggapi suatu kejadian yang akan atau sudah terjadi, obyek ataupun manusia. Dalam menggambarkan suatu keadaan seseorang akan bertindak sesuai dengan persepsinya sendiri dengan tidak memperhatikan apakah persepsi tersebut menunjukkan keadaan yang sesungguhnya atau tidak. Persepsi setiap individu terhadap suatu kejadian atau obyek tentu saja berbeda-beda (Afran dan Muhammad, 2005). Hasil penelitian dari Erwanto, Feliana dan Sugiarti (2015) yang mengatakan persepsi mahasiswa mengenai kuliah di jurusan akuntansi memiliki hubungan negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap pemilihan program studi akuntansi, sedangkan hasil penelitian Kamal dan Rahmadiane mengatakan bahwa persepsi berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi.

Promosi adalah semua jenis usaha yang dapat dilakukan oleh pemasar sehingga dapat berkomunikasi dengan sasarannya (Kotler dan Kevin, 2011). Hasil penelitian dari Yuliatri, Musafa, dan Rahmansyah (2016) mengatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih program studi akuntansi, sedangkan menurut Kamal dan Rahmadiane (2017) mengatakan bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi. Berdasarkan uraian tersebut dan perbedaan hasil (*research gap*) pada penelitian terdahulu, maka peneliti akan berusaha menganalisis kembali mengenai “pengaruh biaya pendidikan, persepsi mahasiswa, dan promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi”.

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk menganalisis pengaruh biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi, menganalisis pengaruh persepsi mahasiswa terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi, dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Teori Atribusi**

Teori ini mengatakan bahwa perilaku seseorang ditentukan dengan adanya perpaduan antara kekuatan internal (dalam) seperti kemampuan atau usaha, dan kekuatan eksternal (luar) seperti kesulitan dalam pekerjaan atau keberuntungan (Suartana, 2010). Teori ini juga menjelaskan bahwa ketika seorang individu mengamati perilaku seseorang, maka individu tersebut akan berupaya untuk dapat menentukan apakah perilaku tersebut terjadi karena disebabkan secara internal atau eksternal (Robbins dan Judge, 2008).

### **Teori Tindakan beralasan**

Teori ini merupakan hubungan antara keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), kehendak (*intention*), dan perilaku (*behavior*). Kehendak merupakan bagian dari perilaku, yang berarti jika kita ingin mengetahui perilaku seseorang maka dapat dilihat dari kehendak yang diinginkan oleh orang tersebut. Seseorang bisa juga membuat pertimbangan berdasarkan alasan - alasan yang berbeda dalam artian tidak selamanya berdasarkan kehendak. Bagian terpenting disini adalah melakukan sesuatu atau mempertimbangkan sesuatu yang dianggap penting dan perlu untuk dilakukan. Kehendak itu sendiri sangat ditentukan oleh sikap dan norma dari setiap individu (Jogiyanto, 2007).

### **Keputusan Mahasiswa**

Keputusan merupakan pilihan terhadap suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif, sehingga apabila konsumen tidak memiliki pilihan alternatif, maka bukanlah suatu situasi yang dimana konsumen melakukan keputusan (Ujang, 2014). Pengambilan keputusan adalah proses memilih atau menentukan berbagai kemungkinan disituasi-situasi yang tidak pasti. Pengambilan keputusan yang terjadi dalam situasi yang diminta seseorang harus mempunyai prediksi atau gambaran ke depan, mampu memilih satu diantara dua pilihan atau lebih dan dapat membuat perkiraan mengenai banyaknya kejadian berdasarkan bukti-bukti (Suharnan, 2005). Proses pengambilan keputusan setiap individu dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis (Kotler, 2002).

### **Biaya pendidikan**

Biaya pendidikan adalah pengeluaran dalam bentuk apapun yang dikeluarkan untuk menyelenggarakan pendidikan (Bondan, 2010). Berdasarkan hukum ekonomi, dikatakan bahwa manusia selalu ingin mendapatkan keuntungan yang sebanyak mungkin dengan biaya yang serendah-rendahnya. Setiap individu pasti akan memilih untuk membayar biaya yang lebih sedikit untuk dapat melanjutkan pendidikan di program studi S1 Akuntansi. Biaya tersebut dikeluarkan dengan maksud untuk mendapatkan manfaat baik dalam jangka waktu yang pendek maupun jangka waktu yang panjang dimasa depan (Hansen dan Mowen, 2009).

## Persepsi Mahasiswa

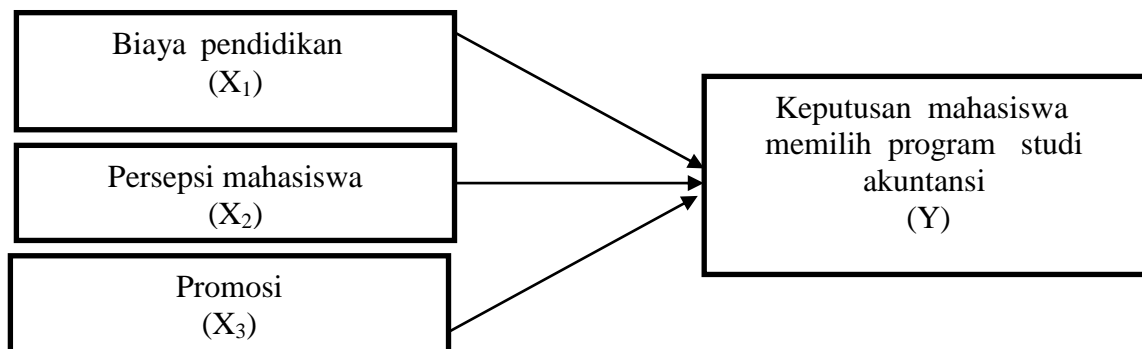
Persepsi seseorang terhadap suatu produk belum tentu sama, meskipun keadaan yang terjadi sama, hal ini terjadi karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi dalam hal ini berhubungan dengan proses perceptual yang berhubungan dengan rangsangan sensorik (Kotler, 2001). Terdapat 3 komponen utama dalam proses persepsi (Walgito, 2003) antara lain adalah sebagai berikut:

1. Seleksi, merupakan proses penyaringan yang dilakukan oleh indra terhadap rangsangan yang datang dari luar.
2. Interpretasi merupakan proses mengorganisasikan informasi sehingga dapat memberikan arti bagi seseorang.
3. Tingkah laku sebagai reaksi adalah akibat dari adanya interpretasi dan persepsi.

## Promosi

Promosi adalah berbagai cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjual produk ke konsumen atau berbagai kegiatan perusahaan yang dilakukan dengan tujuan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk kepada sasaran (Kotler, 2008). Terdapat berbagai macam kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak di perguruan tinggi seperti pemasangan spanduk di kampus atau di jalan raya, pemasangan iklan bisa melalui media sosial atau pun melalui surat kabar, brosur yang dibagikan kepada siswa/siswa kelas tiga sma/smk dan kegiatan-kegiatan lainnya.

## Model dan Hipotesis Penelitian



**Gambar 1. Model Penelitian**

Berdasarkan model di atas maka hipotesis yang ingin dibuktikan dalam penelitian ini adalah:

- H1: Biaya berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi
- H2: Persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi
- H3: Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi

## METODE PENELITIAN

### Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di kota Surakarta, tepatnya di Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Universitas Setiabudi, Universitas Surakarta, Universitas Tunas Pembangunan

## **Jenis dan Sumber Data**

### **Jenis data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berupa informasi atau penjelasan yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan, gambar atau angka dan jenis datanya dapat diukur atau dihitung secara langsung (Sugiyono, 2010).

### **Sumber data**

Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang dibagikan. Data primer merupakan data yang dikumpulkan dan diperoleh secara langsung oleh peneliti yang dipakai untuk proses pengumpulan informasi sehingga dapat menjawab masalah penelitian dan tujuan penelitian (Asep, 2005).

### **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan individu yang dijadikan sebagai obyek penelitian (Arikunto, 2013). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi akuntansi angkatan 2019 yang ada di Universitas Slamet Riyadi Surakarta sebanyak 136 mahasiswa, Universitas Setia Budi sebanyak 14 mahasiswa, Universitas Surakarta sebanyak 24 mahasiswa, dan Universitas Tunas Pembangunan sebanyak 18 mahasiswa. Sampel adalah bagian dari keseluruhan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi akuntansi angkatan 2019 di Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Universitas Setia Budi, Universitas Surakarta, Universitas Tunas Pembangunan.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yaitu pengambilan sampel dengan pertimbangan mahasiswa yang dijadikan sampel adalah mahasiswa angkatan 2019, dan merupakan mahasiswa baru yang mengambil program studi akuntansi.

### **Metode Analisis Data**

Metode penelitian yang digunakan meliputi pengujian validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji t, uji F koefisien determinasi ( $R^2$ ).

## **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Instrumen**

Variabel biaya pendidikan ( $X_1$ ) dengan dengan 7 butir pernyataan, persepsi mahasiswa ( $X_2$ ) dengan dengan 7 butir pernyataan, promosi ( $X_3$ ) dengan dengan 13 butir pernyataan, keputusan mahasiswa ( $Y$ ) dengan dengan 4 butir pernyataan mengatakan seluruh poin pernyataan valid, dilihat dengan  $p(0,000) < 0,05$ .

Menurut hasil uji reliabilitas semua item kuesioner mengenai kuesioner biaya pendidikan ( $X_1$ ), Persepsi mahasiswa ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ) terhadap keputusan mahasiswa ( $Y$ ) yang diajukan kepada responden dinyatakan reliabel (handal) karena *Cronbach Alpha* > 0,60.

### **Uji Asumsi Klasik**

Hasil uji multikolinearitas menghasilkan nilai tolerance ( $0,984; 0,970; 0,973$ ) > 0,1 dan VIF ( $1,016; 1,031; 1,028$ ) < 10. Karena signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas. Hasil Uji Autokorelasi diperoleh Z hitung sebesar  $-0,121$  dengan signifikan nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $0,903p\text{-value} > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi. Berdasarkan hasil uji uji heteroskedastisitas dapat diketahui

bahwa variabel independen memiliki nilai  $p\text{-value} > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji normalitas dapat dijelaskan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,331  $p\text{-value} > 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh biaya pendidikan, persepsi mahasiswa, dan promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi.

**Tabel 1. Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,080	3,548		1,150	,255
X1	,159	,065	,282	2,470	,016
X2	-,043	,061	-,080	-,699	,487
X3	,143	,052	,314	2,743	,008

Sumber : Data yang diolah, 2020

$$Y = 4,080 + 0,159X_1 - 0,043X_2 + 0,143X_3 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a : Nilai konstanta sebesar 4,080 (positif), yang berarti jika biaya pendidikan ( $X_1$ ), persepsi mahasiswa ( $X_2$ ), dan promosi ( $X_3$ ) nilainya adalah nol atau dianggap konstan, maka tetap ada keputusan mahasiswa ( $Y$ )
- $b_1$ : 0,159 (positif) artinya pengaruh variabel biaya pendidikan ( $X_1$ ) terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi ( $Y$ ) bernilai positif, yang berarti apabila biaya pendidikan murah, keputusan dalam memilih program studi akuntansi akan meningkat, dengan asumsi variabel persepsi mahasiswa ( $X_2$ ), dan promosi ( $X_3$ ) dianggap konstan.
- $b_2$ : -,043 (negatif) artinya pengaruh variabel persepsi mahasiswa ( $X_2$ ) terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi ( $Y$ ) bernilai negatif, yang berarti apabila persepsi mahasiswa meningkat, maka keputusan mahasiswa dalam memilih program studi akuntansi akan menurun, dengan asumsi variabel biaya pendidikan ( $X_1$ ), dan promosi ( $X_3$ ) dianggap konstan.
- $b_3$ : 0,143 (positif) artinya pengaruh variabel promosi ( $X_3$ ) terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi ( $Y$ ) bernilai positif, yang berarti apabila promosi meningkat, maka keputusan dalam memilih program studi akuntansi akan meningkat, dengan asumsi variabel biaya pendidikan ( $X_1$ ), dan persepsi mahasiswa ( $X_2$ ), dianggap konstan.

### Uji Hipotesis

#### Uji t

Uji t digunakan untuk membuktikan signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

**Tabel 2. Uji t**

Model	T	Sig
(Constant)	1,150	,255
X1	2,470	,016
X2	-,699	,487
X3	2,743	,008

Sumber: Data yang diolah, 2020

1. Hasil analisis t hitung sebesar 2,470 dengan *p-value* sebesar  $0,016 < 0,05$  berarti ada pengaruh positif dan signifikan biaya pendidikan ( $X_1$ ) terhadap keputusan mahasiswa (Y) memilih program studi akuntansi.
2. Hasil analisis t hitung sebesar -,699 dengan *p-value* sebesar  $0,487 > 0,05$  berarti ada pengaruh negatif dan tidaksignifikan antara persepsi mahasiswa ( $X_2$ ) terhadap keputusan mahasiswa (Y) memilih program studi akuntansi.
3. Hasil analisis t hitung sebesar 0,314 dengan *p-value* sebesar  $0,008 < 0,05$  berarti ada pengaruh positif dan signifikan promosi ( $X_3$ ) terhadap keputusan mahasiswa (Y) dalam memilih program studi akuntansi.

### Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui ketepatan model pengaruh variabel bebas yaitu biaya pendidikan ( $X_1$ ), persepsi mahasiswa ( $X_2$ ), dan promosi ( $X_3$ ) secara simultan terhadap variabel terikat yaitu keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi (Y).

**Tabel 3. Uji F**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Rgression	30,702	3	10,234	5,071	,003 <sup>b</sup>
Rsidual	127,149	63	2,018		
Ttal	157,851	66			

Sumber: Data yang diolah, 2020

Hasil analisis uji F sebesar 5,071 dengan *p-value* sebesar  $0,003 < 0,05$ . Hasil ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk digunakan sebagai model regresi pengujian hipotesis. Sehingga secara simultan variabel biaya pendidikan ( $X_1$ ), persepsi mahasiswa ( $X_2$ ), dan promosi ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa (Y) memilih program studi akuntansi.

### Uji Determinasi atau Square ( $R^2$ )

Uji ini digunakan untuk melihat seberapa besar kemampuan *independen variable* mampu untuk menjelaskan *dependen variable*.

**Tabel 4. Uji Determinasi atau Square ( $R^2$ )**

Mdel	R	R Square	Adjusted R Squar	Std. Error of the Estimate
11	,441 <sup>a</sup>	,194	,156	1,42065

Sumber: Data yang diolah, 2020

Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,156 dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan mahasiswa dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yaitu biaya pendidikan, persepsi mahasiswa, dan promosi karena *Adjusted R Square* sebesar 15 sisanya ( $100\% - 15\% = 85\%$ ) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain di luar model seperti motivasi, akreditasi prodi, interaksi teman sebaya dan lain sebagainya.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi

Berdasarkan hasil analisis t hitung sebesar 2,470 dengan *p-value* sebesar  $0,016 < 0,05$  berarti ada pengaruh positif dan signifikan biaya pendidikan ( $X_1$ ) terhadap keputusan mahasiswa (Y) memilih program studi akuntansi. Sehingga hipotesis yang pertama yang berbunyi: “Biaya pendidikan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi” terbukti kebenarannya.

Artinya biaya yang ditawarkan oleh program stdi akuntansi di unisri, usb, unsa dan utp mengenai biaya kuliah, pemberian beasiswa, prosedur pembayaran kuliah, dan syarat cicilan yang ditawarkan mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih program studi akuntansi. Semakin baik biaya yang ditawarkan maka keputusan mahasiswa kuliah di jurusan akuntansi semakin meningkat.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh OYuliatri, dkk (2016) yang mengatakan bahwa biaya pendidikan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi.

### 2. Pengaruh persepsi mahasiswa terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi

Berdasarkan hasil analisis t hitung sebesar -0,699 dengan *p-value* sebesar  $0,487 > 0,05$  berarti ada pengaruh negatif dan tidak signifikan antara persepsi mahasiswa ( $X_2$ ) terhadap keputusan mahasiswa (Y) memilih program studi akuntansi. Sehingga hipotesis yang kedua yang berbunyi: “persepsi mahasiswa berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi” tidak terbukti kebenarannya.

Artinya bagaimanapun persepsi mahasiswa tentang *image* akuntansi terkait kuliah di program studi akuntansi, meskipun mereka memiliki *image* akuntansi yang baik mengenai kuliah di program studi akuntansi atau sebaliknya, hal ini tidak akan mempengaruhi mereka untuk memilih program studi akuntansi di perguruan tinggi. Hal ini terjadi meskipun obyek yang diamati sama tetapi persepsi setiap orang tentang obyek tersebut pasti berbeda-beda.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Erwanto, dkk (2015) yang mengatakan persepsi mahasiswa mengenai kuliah di jurusan akuntansi memiliki hubungan negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap pemilihan program studi akuntansi di perguruan tinggi.

### 3. Pengaruh promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi

Berdasarkan hasil analisis t hitung sebesar 0,314 dengan *p-value* sebesar  $0,008 < 0,05$  berarti ada pengaruh positif dan signifikan promosi ( $X_3$ ) terhadap keputusan mahasiswa (Y) dalam memilih program studi akuntansi. Sehingga hipotesis yang pertama yang berbunyi: “promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi” terbukti kebenarannya.



Promosi dilakukan guna untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa kepada konsumen, sehingga dengan demikian konsumen dapat mengetahui dan mengenal suatu produk atau jasa tersebut. Hal ini berarti semakin baik promosi yang diberikan maka akan keputusan untuk memilih program studi akuntansi juga akan meningkat.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan penelitian Kamal dan Rahmadiane (2017) yang mengatakan bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi.

## KESIMPULAN

Biaya pendidikan memiliki pengaruh positif signifikan untuk keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi. Artinya, apabila biaya pendidikan murah, maka keputusan mahasiswa dalam memilih program studi akuntansi akan meningkat.

Persepsi mahasiswa memiliki hubungan negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi. Artinya, setiap peningkatan persepsi mahasiswa, maka keputusan mahasiswa dalam memilih program studi akuntansi menurun dan pengaruhnya tidak signifikan.

Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi akuntansi. Artinya, apabila promosi meningkat, maka keputusan mahasiswa dalam memilih program studi akuntansi juga akan meningkat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arfan, Ikhsan dan Muhammad, Ishak. 2005. *Akuntansi Keprilakuan Salemba Empat*. Jakarta.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta Jakarta.
- Asep, Hermaawan. 2005. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Gramedia Media Sarana Indonesia. Jakarta.
- Bondhan, Kresna W. 2010. *Cara Cerdas Pilih Jurusan Demi Profesi Impian*. Jogja Great Publisher. Yogyakarta.
- Erwanto, Valentina, G, Feliana, ke, Yie dan Sugiarti, Yenny. 2015. *Pengaruh Persepsi Mahasiswa terhadap Pemilihan Jurusan Akuntansi (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Surabaya)*. Vol. 4, No. 2, Hal. 1-17
- Hansen dan Mowen, 2009, *Akuntansi Manajemen*, Edisi 8, Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Jogiyanto, 2007. *Sistem Informasi Keprilakuan*. Edisi Revisi. Andi Offset. Yogyakarta.
- Kamal, Bahril dan Rahmadiane, Dwi G. 2017. "Pengaruh Persepsi, Akreditasi Prodi, dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Program Studi Akuntansi pada Politeknik Harapan Bersama". Vol. 1, No. 2, Hal. 145-158.
- Kotler, Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua belas. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- . 2002. *Manajemen Pemasaran* Edisi Millenium. Jilid 2. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- . 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- . 2011. *Menejemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa. Bob Sabran, Erlangga. Jakarta.
- Kotlr, Philip dan Kevin, Lane, K. 2011. *Menejemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa. Bob Sabrn, Erlangga. Jakarta.
- Martini. 2013. "Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Jurusan Akuntansi sebagai Tempat Kuliah di Perguruan Tinggi". *Jurnal Elektronik Fakultas Ekonomi Universitas Budi Luhur Jakarta*. Vol. 4, No.2, Hal. 1-21.
- Peraturan Pemerintah (PP) nomor 19 tahun 2005 tentang standard nasional pendidikan (SNP).

- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Robbins, Stephen P. dan Judge. 2008. *Perilaku Organisasi*. Buku 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Suartana, I Wayan. 2010. *Akuntansi Keprilakuan Teori dan Implementasi*. Andi. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R & D*. CV Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2010. *Metode penelitian bisnis*. CV Alvabeta. Bandung.
- Suharman. 2005. *Psikologi kognitif*. Srikandi. Surabaya.
- Suryani, Winda K. 2016. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Jurusan Akuntansi Program Studi S1 di Universitas Pendidikan Ganesha. Vol. 4, No. 2, Hal. 51-61.
- Ujang, Sumarwan. 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia. Bogor.
- Walgito, Bimo. 2003. *Psikologi Sosial*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Yulinda dan Hasanah, Afriyanti. 2019. Hubungan Antara Karakteristik Pribadi, Persepsi, dan Dorongan dari Pihak Lain Terhadap Mahasiswa Untuk Memilih Jurusan Akuntansi di Politeknik Negeri Batam. Vol. 16, No. 1, Hal. 47-54.