

## PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN AKREDITASI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH KULIAH DI STIE MUHAMMADIYAH ASAHAN

**Supiah Ningsih**

Manajemen, STIE Muhammadiyah Asahan

Email: supiahningsih26@gmail.com

### Abstrak

*Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh media sosial dan akreditasi terhadap keputusan memilih kuliah pada STIE Muhammadiyah Asahan. Metode dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Populasi dalam penelitian yaitu mahasiswa pada STIE Muhammadiyah Asahan yang berjumlah 112 responden sedangkan teknik penentuan dengan Non probability sampling dengan cara sampel jenuh. Adapun sumber data dalam penelitian ini dari data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik analisa data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil uji (t) atau uji parsial menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih kuliah dimana dapat dilihat nilai  $t_{hitung} 2,776 > t_{tabel} 1,987$  dan variabel akreditasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih kuliah dimana dapat dilihat nilai  $t_{hitung} 3,562 > t_{tabel} 1,988$ . Kemudian secara simultan nilai  $F_{hitung} = 37,244 > F_{tabel} 3,17$ . Sehingga media sosial dan akreditasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih kuliah pada STIE Muhammadiyah Asahan.*

**Kata Kunci : Media sosial, Akreditasi, Keputusan memilih kuliah**

### PENDAHULUAN

Manusia selalu berupaya untuk mengembangkan serta membimbing pribadinya sehingga memiliki pola berpikir, pola bertindak maupun berperilaku yang baik dalam suatu lingkungan sosial, biasanya mereka melakukan suatu upaya yang sengaja dipilih untuk mencapai tujuan tersebut (Awaliah, 2019). Pada saat ini persaingan dalam dunia pendidikan, khususnya perguruan tinggi, baik yang berstatus swasta ataupun negeri dihadapkan pada persaingan yang sangat ketat. Oleh karena itu setiap perguruan tinggi harus dapat berusaha mengefisienkan dan mengefektifkan kinerjanya sehingga dapat menghadapi persaingan di dunia pendidikan (Romla, 2021). Semakin berkembangnya dunia, dan pendidikan menjadi satu hal terpenting bagi masyarakat. Sebagian masyarakat menyelesaikan pendidikannya hingga kejenjang perguruan tinggi tetapi, ada beberapa kelompok penduduk yang memilih untuk bekerja dan tidak bersekolah. Sedangkan pendidikan merupakan faktor penting untuk memajukan dan mencerdaskan bangsa ini. Sebagai warga negara Indonesia pasti akan melalui proses pendidikan mulai dari balita hingga dewasa (Veralina, 2022).

Pengambilan keputusan adalah suatu pilihan yang didasarkan atas kriteria tertentu, biasanya dalam pengambilan keputusan terdapat dua atau lebih alternative. Dalam pengambilan keputusan untuk kuliah biasanya calon mahasiswa sudah mempertimbangkan alternative-alternatif yang akan diambilnya (Hajatina, 2021). Terkait proses pengambilan keputusan yang terjadi, tentunya seorang calon mahasiswa pernah merasakan tahapan-tahapan dari mulai pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian/evaluasi sampai kepada tahap pengambilan keputusan. Calon mahasiswa biasanya mencari informasi terlebih dahulu baik dari internet, media massa ataupun bertanya langsung kepada mahasiswa atau dosen dari universitas yang bersangkutan. Namun biasanya calon mahasiswa lebih percaya terhadap

informasi yang di peroleh dari mahasiswa universitas yang bersangkutan dari pada kabar bagus yang di iklankan oleh pihak universitas karena terkadang informasinya kurang relevan dengan realita yang terjadi (Mawaddah, 2022).

Kehadiran mahasiswa baru setiap tahun akademiknya diperlukan oleh setiap PTS untuk kelangsungan hidup PTS tersebut. Kelangsungan hidup penyelenggaraan PTS sangat ditentukan oleh keberhasilan mereka mendapatkan mahasiswa baru pada setiap tahun akademiknya. Persaingan di antara PTS berat sehingga diperlukan strategi pemasaran yang baik, oleh karena itu, komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PTS yang dapat membuat calon mahasiswa memutuskan untuk memilih PTS tersebut sebagai tempat mereka melanjutkan studi, menjadi sangat penting diketahui oleh PTS (Gendalasari, 2021).

## **LANDASAN TEORI**

### **Keputusan Memilih Kuliah**

Keputusan pembelian memiliki beberapa tahap proses diantaranya pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian serta yang terakhir perilaku pasca pembelian (Keller, 2016). Pengambilan keputusan merupakan proses kognitif yang mempersatukan memori, pemikiran, pemrosesan informasi, dan penilaian-penilaian secara evaluative (Sunnyoto, 2014). Keputusan pembelian suatu produk dalam diri konsumen tidak terjadi begitu saja, tetapi membutuhkan suatu proses. Proses pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap beberapa alternatif, yang selanjutnya akan tercipta suatu keputusan pembelian serta terbentuknya perilaku pasca pembelian. Sarana komunikasi merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen akan suatu produk tertentu (B. B. D. Susanto, 2019).

### **Media sosial**

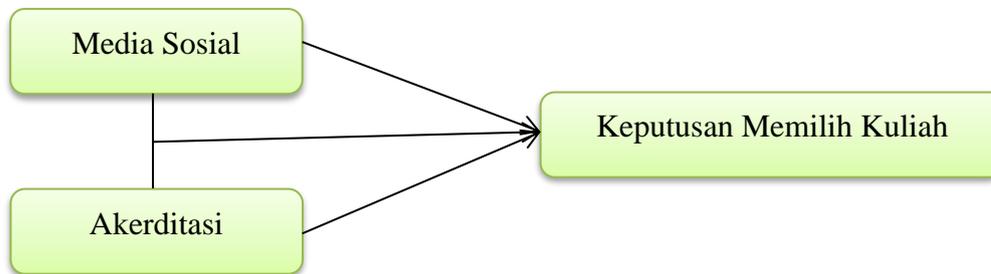
Media sosial merupakan suatu inovasi yang diterapkan perusahaan untuk menjangkau pelanggan potensial, mempermudah penyebaran informasi serta berguna untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan berfungsi untuk menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak (Puspitowati, 2020). Kegiatan pemasaran yang melalui media sosial, sebagai perbandingan dalam menentukan strategi pemasaran yaitu promosi melalui media sosial berikutnya mengingat semakin berkembangnya pemasaran di media sosial (Widodo, 2019). Indikator media sosial dapat diukur melalui adanya konten yang menarik dan menghibur, adanya interaksi antara konsumen dengan penjual. Adanya interaksi antara konsumen dengan konsumen lain, kemudahan untuk pencarian informasi produk. Kemudahan untuk mengkomunikasikan informasi pada public serta tingkat kepercayaan pada media sosial (Suri, 2020).

### **Akreditasi**

Akreditasi merupakan pengakuan oleh public yang dilakukan oleh instansi akreditasi pada bagian pelayanan kesehatan nasional dalam suatu instansi pelayanan kesehatan pada tingkat pencapaian terhadap tingkat kinerja yang terkait dengan standar yang ada dalam proses tercapainya standar akreditasi yang kemudian diwujudkan melalui penilaian eksternal oleh peer secara mandiri (A. F. A. D. Susanto, 2020). Akreditasi dilakukan terhadap program studi berdasarkan interaksi antarstandar di dalam Standar Nasional Pendidikan Tinggi. Proses akreditasi dinyatakan dengan status akreditasi program studi yaitu terakreditasi dan tidak terakreditasi. Peringkat terakreditasi program studi tersebut terdiri atas akreditasi A yaitu terakreditasi unggul yang memiliki makna melampaui Standar Nasional Pendidikan Tinggi, akreditasi B yaitu terakreditasi sangat baik yang memiliki makna melampaui Standar Nasional Pendidikan Tinggi, dan akreditasi C yaitu terakreditasi baik yang memiliki makna memenuhi

Standar Nasional Pendidikan Tinggi. Pada Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama sendiri telah terakreditasi B, maka dapat dikatakan bahwa Prodi Akuntansi memiliki akreditasi yang sangat baik (Rahmadiane, 2017).

Berdasarkan analisis teori di atas, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 2: Kerangka Konseptual**

### Hipotesis

- H1: Terdapat pengaruh media sosial terhadap keputusan memilih kuliah pada STIE Muhammadiyah Asahan
- H2: Terdapat pengaruh akreditasi terhadap keputusan memilih kuliah pada STIE Muhammadiyah Asahan
- H3: Terdapat pengaruh media sosial dan akreditasi terhadap keputusan memilih kuliah pada STIE Muhammadiyah Asahan

### METODE

#### Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian penulis menggunakan metode: Metode Penelitian Kausal Komperatif dan Eksperimental : Penelitian yang menunjukkan arah hubungan variabel bebas dengan variabel terikat, disamping mengukur kekuatan hubungannya. Jenis penelitian dalam spenelitian ini adalah asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Rusiadi, Nur Subianto, 2014).

#### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian yaitu mahasiswa pada STIE Muhammadiyah Asahan yang berjumlah 112 responden sedangkan teknik penentuan dengan *Non propability sampling* dengan cara sampel jenuh.

#### Teknik Pengumpulan Data

##### 1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dalam jumlah respondentil sedikit. Penulis melakukan serangkaian tanya jawab secara langsung dengan karyawan di perusahaan tersebut untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti dan hal-hal lain yang diperlukan untuk meneliti lebih lanjut (Sugiono, 2017).

##### 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data dengan cara melakukan analisis terhadap semua catatan dan dokumentasi yang dimiliki oleh organisasi yang terpilih sebagai objek penelitian, atau data dari individu sebagai objek penelitian”.

Penulis mengumpulkan data sekunder yang berkaitan dengan masalah judul dan mempelajari teori-teori dan literatur yang diharapkan dapat menyelesaikan masalah yang ada (Ghazali, 2013)

3. Observasi

Observasi sangat bermanfaat dalam penelitian. Observasi adalah proses pengumpulan yang dilakukan dilapangan berupa mengajukan pertanyaan secara langsung untuk mendapatkan data-data yang diperlukan (Sujarweni, 2015).

4. Angket (Kuesioner)

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui (Suharsimi Arikunto, 2012).

## HASIL PENELITIAN

### **Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Memilih Kuliah**

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa untuk variabel media sosial (0,000) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau  $t_{hitung} 2,776 > t_{tabel} 1,987$ . Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  untuk variabel media sosial. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih kuliah pada STIE Muhammadiyah Asahan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widiyanti, 2017)(Arifin, 2018)(Widiyanti, 2017) yang menyatakan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih kuliah. Hal ini dapat dinyatakan bahwa ketika media sosial ditingkatkan maka akan berdampak pada keputusan memilih kuliah.

### **Pengaruh Persepsi Akreditasi Terhadap Keputusan memilih kuliah**

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa untuk variabel akreditasi (0,001) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau  $t_{hitung} 3,562 > t_{tabel} 1,988$ . Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  untuk variabel akreditasi. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel akreditasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih kuliah pada STIE Muhammadiyah Asahan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa akreditasi memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan keputusan memilih kuliah (Ariestanto, 2021)(Maulidiyah, 2021)(Susanti, 2021) yang menyatakan bahwa ketika akreditasi strategis maka akan berdampak kepada keputusan memilih kuliah.

### **Pengaruh Media Sosial Dan Akreditasi Terhadap Keputusan memilih kuliah**

Berdasarkan hasil uji simultan diketahui bahwa nilai signifikansi F lebih kecil dari 5% atau 0,05 atau nilai  $F_{hitung} = 36,422 > F_{tabel} 3,11$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa media sosial dan akreditasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih kuliah pada STIE Muhammadiyah Asahan. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Nirmalasari, 2019)(Effendi, 2019)(Nasib, 2021) yang menyatakan bahwa ketika media sosial dan akreditasi semakin baik maka akan mampu meningkatkan keputusan memilih kuliah.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, maka peneliti menarik sebuah kesimpulan yaitu secara parsial dan simultan media sosial dan akreditasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih kuliah pada STIE Muhammadiyah Asahan. Variabel yang memiliki pengaruh dominan dalam meningkatkan keputusan memilih kuliah yaitu media sosial. Sehingga dalam hal ini STIE Muhammadiyah Asahan perlu untuk mempertimbangkan

dengan baik bagaimana memberikan strategi media sosial yang paling sesuai dengan kebutuhan dan keinginan calon mahasiswa

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ariestanto, T. D. A. F. (2021). Pengaruh Promosi, Biaya, Fasilitas, Akreditasi, Dan Lokasi Universitas Boyolali Terhadap Minat Calon Mahasiswa Baru. *Ekobis: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 9(2), 220–229.
- Arifin, A. R. R. (2018). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Kualitas Informasi Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Shopee.Co.Id (Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 7(7), 46–56.
- Awaliah, M. T. W. N. N. (2019). Pengaruh Budaya Dan Kepercayaan Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Institut Manajemen Wiyata Indonesia. *Cakrawala*, 2(April), 32–46.
- Effendi, I. L. N. S. C. A. S. A. ; I. (2019). Trust Identification And Smartphone Purchase Decisions (Structural Equation Modeling Approach). In *International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET)* (Vol. 10, pp. 1020–1032).
- Gendalasari, F. L. R. R. J. H. V. P. G. (2021). Analisis Sikap Multiatribut Fishbein Dalam Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kampus IBI Kesatuan. *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)*, 5(1), 39–48. <https://doi.org/10.36339/jaspt.v5i1.409>
- Ghazali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hajatina. (2021). Pengaruh Social Networking, Biaya Kuliah Dan Pelayanan Terhadap Pengambilan Keputusan Kuliah Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien Medan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 1(2), 2013–2015.
- Keller, P. K. K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Maulidiyah, W. M. N. R. (2021). Pengaruh Daya Tampung Dan Akreditasi Terhadap Jumlah Peminat Program S1 Soshum Jalur SBMPTN Universitas Negeri Surabaya Tahun 2020. *Action Research Literate*, 4(1), 1–8.
- Mawaddah, H. A. (2022). Komunikasi Word Of Mouth Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Dan Kepuasan Mahasiswa Kuliah Di Universitas Dharma Andalas (UNIDHA) Padang. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 01(01), 1–11.
- Nasib, T. A. S. M. I. P. S. A. S. C. (2021). Increasing Vocational Education Decisions Through Social Media , and Price Reduction Through Brand Trusts. In *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Blended Learning, Educational Technology and Innovation (ACBLETI 2020)* (Vol. 560, pp. 390–395).
- Nirmalasari, I. L. N. (2019). Determinant of Customer Relation Management Towards Minimarket Customers in Medan City. *Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 21(10), 45–52. <https://doi.org/10.9790/487X-2110024552>
- Puspitowati, K. I. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 612–620. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9573>
- Rahmadiane, B. K. G. D. (2017). Pengaruh Persepsi, Akreditasi Prodi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Program Studi Akuntansi Pada Politeknik Harapan Bersama. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 145. <https://doi.org/10.33603/jibm.v1i2.866>
- Romla, I. F. Q. S. (2021). Pengaruh Citra Perguruan Tinggi Terhadap Keputusan Kuliah Mahasiswa (Studi Kasus Pada Program Studi Pendidikan Agama Islam STIT At-Taqwa Ciparay Bandung). *Al Mujaddid*, 3(2), 91–101.
- Rusiadi, Nur Subiantoro, R. H. (2014). *Metode Penelitian Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi*

- Pembangunan (Konsep, Kasus dan Aplikasi SPSS, Eviews, Amos, Lisres)*. Medan: USU Press.
- Sugiono, E. H. A. T. F. (2017). Analysis Of Factors Affecting The Performance Of Sme Exports In Central Java Through Export Marketing Strategies. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XVI(2), 103–116.
- Suharsimi Arikunto. (2012). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik, Edisi. Revisi VI*. Bandung: PT Rineka Cipta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka baru.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Suri, R. I. A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>
- Susanti, R. P. L. M. M. I. (2021). Pengaruh Akreditasi Sekolah Terhadap Implementasi PPK Berbasis Kelas di SD Se-Kecamatan Ngaglik Kabupaten Sleman. *Elementary Journal*, 3(2), 100–111.
- Susanto, A. F. A. D. (2020). Pengaruh Akreditasi Rumah Sakit dalam Perubahan Tingkat Kepatuhan Pengisian Surgical Safety Checklist di RS Nur Hidayah. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(1), 258–262. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i1.776>
- Susanto, B. B. D. (2019). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Siswa Untuk Kuliah Di Aademi Komunitas Dharma Bhakti Bangka. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang*, 5(1), 12–21.
- Veralina, S. I. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Jurusan Di Kota Batam. *Ecobisma*, 9(1), 129–140.
- Widiyanti, W. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk , Citra Merek dan Media Iklan Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Ninebox. *Cakrawala*, XVII(1), 40–50.
- Widodo, A. F. A. J. E. (2019). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Kursus Bahasa Inggris Pare Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 4(1), 41–60. <https://doi.org/10.32503/jmk.v4i1.361>