

# PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH UNIS SEBAGAI TEMPAT KULIAH TAHUN 2022/2023

Muhammad Ridwan<sup>1</sup>, Isniyunisafna Diah Delima<sup>2</sup>, Luna Safitri Salsabil<sup>3</sup>

<sup>a</sup> Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang

<sup>b</sup> ridwanm2208@gmail.com

## INFO ARTIKEL

## ABSTRAK (10PT)

### Keywords

Kualitas Pelayanan  
Media Sosial  
Keputusan studi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan UPT Marketing dan media sosial terhadap keputusan memilih UNIS Tangerang sebagai tempat kuliah tahun 2022/2023 baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini berjumlah 851 mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner, jumlah kuesioner dalam penelitian ini sebanyak 90 sampel pada mahasiswa angkatan tahun 2022/2023. Sedangkan metode pengolahan data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu program *Spss* versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan studi dengan nilai thitung sebesar 4,109 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. (2) Media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan studi dengan nilai thitung 3,799 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. (3) Kualitas pelayanan dan media sosial menunjukkan nilai thitung 34,171 dan nilai signifikansi sebesar 0,000, artinya kualitas pelayanan dan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan studi.

## 1. Pendahuluan

Era baru bangsa Indonesia diawali dengan lahirnya era Reformasi. Di era ini memberikan harapan besar bagi masyarakat Indonesia terutama dalam masalah pemerataan pendidikan. Hal ini dapat dilihat dari besarnya perbedaan yang terjadi antara mutu pendidikan diberbagai daerah. Pendidikan ini sangat nampak jelas dalam masalah sangat minimnya Sarana dan Prasarana sekolah, minimnya kuantitas dan kualitas pendidikan serta minimnya tenaga pendidikan (Lopez & Marta, 2015).

Dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia di suatu negara, diperlukan kesadaran betapa pentingnya mengutamakan pendidikan sebagai hal yang wajib dipenuhi (Halean et al., 2021). Pendidikan tentunya sangat penting dalam kehidupan saat ini, terlebih untuk mengantisipasi guna menghadapi persaingan di dunia pekerjaan di masa yang akan datang.

Seiring perkembangan waktu pendidikan mulai berjalan dari tingkat sekolah dasar, menengah pertama, dan menengah atas berjalan ke perguruan tinggi. Hal itu berpengaruh pada perkembangan pendidikan di daerah Tangerang. Kesadaran masyarakat Tangerang terhadap pentingnya pendidikan mulai bertumbuh secara perlahan, hingga kini sudah cukup banyak masyarakat yang mendaftarkan putra atau putrinya di Tangerang (Lopez & Marta,

2015). Salah satunya pada perguruan tinggi, pada saat ini sudah banyak universitas-universitas di Indonesia yang memberikan banyak pilihan program studi yang berstandar Nasional.

Menurut Sawaji (2011) dalam jurnal (Syabaniah, 2017) perguruan tinggi sebagai salah satu bagian penting dalam dunia pendidikan yang turut serta bertanggung jawab dalam upaya meningkatkan kecerdasan kehidupan bangsa, mempunyai tanggung jawab dan peran yang strategis dalam mengambil bagian untuk mengatasi permasalahan kualitas sumber daya manusia. Perguruan tinggi adalah tujuan bagi lulusan SMA dan sederajat dalam melanjutkan pendidikan untuk mencapai cita-citanya. Perguruan tinggi yang ada di Indonesia terdiri dari PTN dan PTS yang terbagi dalam beberapa kategori yaitu, akedemi, politeknik, sekolah tinggi, Institut, dan universitas. Jumlah dalam perguruan tinggi harus dapat memberikan kualitas pelayanan terbaik bagi mahasiswa maupun calon mahasiswa. Salah satu bentuk pelayanan yang baik adalah dengan selalu mengutamakan fasilitas dan kenyamanan (Marlius & Ananda, 2019).

Dalam UU No.12 tahun 2012 tentang pendidikan tinggi pasal 1 ayat 1 disebutkan yakni : Pendidikan menengah ialah jenjang Pendidikan sebelum Pendidikan tinggi. Pendidikan tinggi berupa diploma, sarjana, magister, doktor, profesi dan program spesialis yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi. Perguruan tinggi di Indonesia terbagi menjadi 2 yaitu Perguruan Tinggi Negeri (PTN) dan Perguruan Tinggi Swasta (PTS). Universitas Islam Syekh Yusuf (UNIS) Tangerang merupakan perguruan tinggi swasta yang berada di Kota Tangerang. Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang memberikan perhatian besar dalam bidang pendidikan.

Banyaknya pilihan program studi yang ditawarkan Universitas Islam Syekh Yusuf (UNIS) Tangerang, membuat banyak pula dalam pengambilan keputusan bagi para peserta didik dalam memilih program studi. Dalam memilih program studi tentunya banyak faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu Kualitas Pelayanan, dan Media Sosial dalam memilih program studi akan dipilih dalam melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi. Faktor tersebut dapat memberikan pengaruh dalam meningkatkan ataupun menurunkan terkait keputusan untuk memilih Universitas Islam Syekh Yusuf (UNIS) Tangerang sebagai tempat kuliah (Supardin et al., 2019).

Dalam mengambil sebuah keputusan studi pada perguruan tinggi, tentu masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Tangerang akan terlebih dahulu membandingkan dari segi kualitas pelayanan disuatu perguruan tinggi dengan perguruan tinggi lainnya, Kualitas pelayanan yang kurang baik dalam bidang pendidikan pada perguruan tinggi menjadi alasan tersendiri bagi dalam mengambil sebuah keputusan studi pada perguruan tinggi.

Pada tiga tahun terakhir Universitas Islam Syekh Yusuf (UNIS) Tangerang mengalami penurunan dalam penerimaan mahasiswa baru S1. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini :

**Tabel 1**

**Jumlah mahasiswa baru S1 Universitas Islam Syekh Yusuf (UNIS) Tangerang  
Tahun akademik 2020 sampai dengan 2022**

<b>Tahun Akademik</b>	<b>Jumlah Mahasiswa Baru</b>
2020/2021	1266
2021/2022	974
2022/2023	851

---

Sumber : PMB UPT Marketing UNIS (2022)

Dari tabel diatas diketahui adanya penurunan jumlah mahasiswa baru S1 pada tiga tahun terakhir. Hal ini kemungkinan bisa disebabkan oleh kualitas pelayanan yang kurang baik dan media sosial sebagai sumber informasi buat calon mahasiswa baru kurang maksimal.

Untuk mengambil keputusan mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi perlu di adakan promosi secara langsung maupun promosi melalui media sosial kegunaannya guna menyampaikan informasi dan menarik perhatian agar jumlah mahasiswa semakin meningkat. Begitu juga dengan kualitas pelayanan kepada calon mahasiswa baru harus ditingkatkan lagi agar jumlah mahasiswa baru semakin meningkat, karena pelayanan sangat berpengaruh (Garaika & Feriyan, 2018).

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan media sosial terhadap keputusan memilih UNIS Tangerang sebagai tempat kuliah tahun 2022/2023 baik secara parsial maupun secara simultan.

## 2. Metodologi

### 2.1. Pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tipe penelitian asosiatif. Penelitian kuantitatif asosiatif bertujuan untuk mendeteksi hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono 2013: 339). Paradigma positivisme yang digunakan dalam penelitian ini untuk menemukan atau memperoleh konfirmasi tentang hubungan sebab-akibat yang biasa dipergunakan untuk memprediksi pola-pola umum suatu gejala sosial atau aktivitas manusia. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa baru S1 aktif Universitas Islam Syekh Yusuf (UNIS) Tangerang tahun 2022/2023 dengan jumlah 851 mahasiswa baru S1. Menurut (Sugiyono, 2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian digunakan rumus *slovin* untuk menentukan jumlah sampel.

Dengan jumlah 851 mahasiswa dengan tingkat kesalahan 10% maka didapat jumlah sampel sebesar 90 mahasiswa. Dalam mengambil sampel mempergunakan teknik *probability sampling*. Sampel diambil berdasarkan dengan (total jumlah mahasiswa dari tiap-tiap prodi dikali besar sampel 90 responden dibagi dengan total jumlah mahasiswa baru S1 tahun 2022/2023 sebesar 851 mahasiswa). Maka tiap prodi mendapatkan besar sampel yang ditentukan berdasarkan rumus pembagian tersebut.

### 2.2. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk pengumpulan data penelitian. Peneliti menggunakan survey method, dengan cara data dikumpulkan dari para responden menggunakan angket atau kuesioner. Untuk menganalisis data dan menguji hipotesis peneliti menggunakan alat bantu model program SPSS 26 for windwos.

## 3. Teori Pengambilan Keputusan

Menurut Kotler (2005) pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan produk yang ditawarkan. Keputusan konsumen merupakan salah satu bagian yang ada pada karakter konsumen.

Perilaku konsumen merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Swasta dan Handoko, 2000). Pada kenyataannya, menentukan pilihan mempunyai banyak dimensi dan dampak. Memilih merupakan bagian dari cara dalam pemecahan masalah sekaligus sebagai bagian dari proses dalam pengambilan keputusan. Dampak penetapan pilihan akan membawa pengaruh jangka panjang/pendek, baik berupa keuntungan yang diperoleh maupun risiko yang di tanggung.

Dalam hal, memilih perguruan tinggi merupakan keputusan yang akan berdampak pada masa depan seseorang. Proses pengambilan keputusan meliputi penetapan tujuan, pembatasan dan analisis masalah, pencarian alternatif, pemilihan alternatif yang maksimal, pelaksanaan keputusan, serta penilaian dan monitoring dalam proses pengambilan keputusan perlu dimengerti oleh lulusan SMA/SMK sewaktu akan memasuki perguruan tinggi, karena dalam tahap ini keputusan yang akan diambilnya akan lebih efektif.

#### 4. Temuan dan Pembahasan

Dalam memperoleh data penelitian menggunakan kuesioner melalui Google Form dan disebarkan secara online kepada seluruh responden. Karakteristik responden terbagi menjadi dua kategori yakni jenis kelamin dan program studi. Dari data diperoleh, diterumakan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang mayoritas responden adalah perempuan sebesar 71,1% dan laki-laki sebesar 28,9%. Selanjutnya, pada kategori program studi adalah pada prodi ilmu hukum 12,2 %, akuntansi 6,7%, manajemen 24,4%, pendidikan ekonomi 2,2%, pendidikan bahasa inggris 3,3%, ilmu administrasi negara 6,7%, ilmu komunikasi 18,9%, teknik kimia 1,1%, teknik industri 1,1%, teknik sipil 1,1%, teknik informatika 10,0%, dan pendidikan agama islam 10,0%.

##### 1. Uji validitas

Tabel 1. Hasil Validitas Variabel X<sub>1</sub>

Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
P1	0,644	0,207	Valid
P2	0,640	0,207	Valid
P3	0,725	0,207	Valid
P4	0,529	0,207	Valid
P5	0,591	0,207	Valid
P6	0,568	0,207	Valid
P7	0,676	0,207	Valid
P8	0,701	0,207	Valid
P9	0,551	0,207	Valid
P10	0,628	0,207	Valid
P11	0,628	0,207	Valid
P12	0,649	0,207	Valid
P13	0,601	0,207	Valid
P14	0,670	0,207	Valid
P15	0,669	0,207	Valid
P16	0,697	0,207	Valid
P17	0,583	0,207	Valid

P18	0,631	0,207	Valid
P19	0,548	0,207	Valid
P20	0,641	0,207	Valid

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1, diketahui bahwa nilai  $r_{hitung}$  yang diperoleh masing-masing item pernyataan lebih dari  $r_{tabel}$  yakni sebesar 0,207. Maka dapat disimpulkan bahwa dari 20 item pernyataan mengenai kualitas pelayanan yang di uji kepada 90 responden dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Validitas  $X_2$

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0,741	0,207	Valid
P2	0,782	0,207	Valid
P3	0,822	0,207	Valid
P4	0,772	0,207	Valid
P5	0,819	0,207	Valid
P6	0,847	0,207	Valid
P7	0,744	0,207	Valid
P8	0,831	0,207	Valid

Sumber : Data diolah, 2023

Dari tabel 2, diketahui nilai  $r_{hitung}$  yang diperoleh masing-masing item pernyataan lebih dari  $r_{tabel}$  yakni sebesar 0,207. Maka dapat disimpulkan bahwa dari 8 item pernyataan mengenai media sosial yang diuji kepada 90 responden dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Y

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0,798	0,207	Valid
P2	0,601	0,207	Valid
P3	0,764	0,207	Valid
P4	0,739	0,207	Valid

Sumber : Data diolah, 2023

Dari tabel diatas, diketahui nilai  $r_{hitung}$  yang diperoleh masing-masing item pernyataan lebih dari  $r_{tabel}$  yakni sebesar 0,207. Maka dapat disimpulkan bahwa dari 4 item pernyataan mengenai keputusan studi yang diuji kepada 90 responden dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Reliabilitas X<sub>1</sub>

Cronbach's Alpha	N of items
0,918	20

Sumber : Data diolah, 2023

Hasil tabel diatas, bahwasannya pada variabel X<sub>1</sub> memperoleh nilai CronbachAlpha > 0,60 yakni sebesar 0,918. Sehingga dapat dikatakan hasil dari kuesioner pada 20 item pernyataan dinyatakan reliabel.

Tabel 5. Hasil Reliabilitas X<sub>2</sub>

Cronbach's Alpha	N of items
0,916	8

Sumber : Data diolah, 2023

Dari hasil tabel 5, diketahui bahwa variabel X<sub>2</sub> memperoleh nilai Cronbach Alpha > 0,60 yakni sebesar 0,916. Maka dapat disimpulkan hasil dari kuesioner pada 8 item pernyataan dinyatakan reliabel.

Tabel 6. Hasil Reliabilitas Y

Cronbach's Alpha	N of items
0,696	4

Sumber : Data diolah, 2023

Pada tabel diatas, diketahui bahwa variabel Y memperoleh nilai Cronbach Alpha > 0,60 yakni sebesar 0,696. Artinya hasil dari kuesioner pada 4 item pernyataan dinyatakan reliabel.

### 3. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Regresi Linear Berganda

Mode		Unstandardize		Standardized	t	Sig.
		Coefficients				
1		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.520	1.481		3.052	.000
	Kualitas Pelayanan	.083	.020	.392	4.109	.000
	Media Sosial	.158	.042	.363	3.799	.000

Sumber : Data diolah, 2023

Hasil output tabel diatas kualitas pelayanan dan media sosial terhadap keputusan studi memilih Unis sebagai tempat kuliah dapat digambarkan rumus persamaan seperti berikut :

$$Y = 4.520 + 0.083X_1 + 0.158X_2 + 1.481$$

Berdasarkan rumus persamaan regresi linear tersebut menunjukkan hal-hal sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 4,520 menyatakan bahwa variabel indepen dianggap konstan (bernilai 0), maka nilai dari keputusan studi sebesar 4,520.
- b. Koefisien regresi kualitas pelayanan 0,083 menyatakan bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar 1%, maka nilai keputusan studi akan meningkat sebesar 0,083.

Koefisien regresi media sosial 0,158 menyatakan bahwa setiap kenaikan media sosial sebesar 1%, maka nilai keputusan studi akan meningkat sebesar 0,158.

### 4. Uji Hipotesis

Tabel 9. Uji T

Mode		Unstandardize		Standardized	t	Sig.
		Coefficients				
1		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.520	1.481		3.052	.000
	Kualitas Pelayanan	.083	.020	.392	4.109	.000
	Media Sosial	.158	.042	.363	3.799	.000

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 10, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,109 sedangkan  $t_{tabel}$  untuk dk  $(n-k-1) = dk (90-2-1) = dk (87)$  dengan  $\alpha = 5\%$  adalah sebesar 1,662. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $4,109 > 1,662$  dan probabilitas Sig yaitu  $0,000 < 0,05$ . Maka hal ini membuktikan bahwa  $H_1$  diterima. Jadi bisa disimpulkan jika kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan studi memilih UNIS Tangerang sebagai tempat kuliah.
2. Media sosial ( $X_2$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,799 > t_{tabel}$  1,662 dan probabilitas Sig yaitu  $0,000 < 0,05$ . Maka hal ini menunjukkan bahwa  $H_2$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan studi memilih UNIS Tangerang sebagai tempat kuliah.

Dalam kualitas pelayanan sangat dibutuhkan kepada calon mahasiswa baru karena apa yang disampaikan kepada pendaftar akan dapat mempengaruhi dalam mengambil sebuah keputusan disuatu perguruan tinggi. Calon mahasiswa akan memilih suatu perguruan tinggi apabila pesan atau informasi yang disampaikan oleh UPT Marketing dapat menarik mahasiswa untuk memilih UNIS Tangerang sebagai tempat kuliah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari Lubis & Hamdan, 2020) mengenai Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih perguruan tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh (Murtiningsih & Hendrawan, 2022) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan memilih berkuliah.

Dalam memberikan informasi yang dilakukan UNIS Tangerang melalui media sosial sudah efektif sehingga pesan yang disampaikan melalui media sosial dan promosi yang disampaikan melalui media sosial UNIS sangat menarik sehingga banyak pendaftar khususnya calon mahasiswa baru yang ingin bertanya lebih lanjut terkait promosi yang sudah diberikan melalui media sosial. Pada pernyataan informasi terkait adanya pendaftaran mahasiswa baru, artinya informasi yang sudah dilakukan UNIS Tangerang sudah berjalan baik kepada penerima pesan. Hal ini terbukti bahwa tiap pergelombang UNIS Tangeraang selalu memberikan informasi bahwa pada bulan tersebut sudah memasuki gelombang sekian dan terdapat potongan harga yang menarik bagi calon pendaftar. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Azmar & Laksamana, 2018) bahwa media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pemilihan pada perguruan tinggi.

Tabel 11. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>					
Model		Sum of Square	Df	F	Sig
1	Regression	153.080	2	34.171	.000 <sup>b</sup>
	Residual	194.875	87		
	Total	347.956	89		

Sumber : Data diolah, 2023



Melalui hasil data diatas diperoleh nilai F sebesar 34,171 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Hasil tersebut berada dibawah tingkat probabilitas yang ditentukan yaitu 0,05, maka terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Media Sosial ( $X_2$ ) terhadap keputusan memilih UNIS Tangerang sebagai tempat kuliah (Y). Maka hal ini membuktikan bahwa H3 diterima yang artinya variable kualitas pelayanan dan media sosial secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap keputusan memilih UNIS Tangerang sebagai tempat kuliah tahun 2022/2023.

Hasil penelitian ini memberi keterdukungan terhadap teori pengambilan keputusan. Teori pengambilan keputusan didasarkan pada sikap konsumen terhadap menentukan pilihan memiliki banyak dimensi dan dampak. Memilih merupakan bagian dari upaya dalam pemecahan masalah sekaligus sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan. Dalam proses pengambilan keputusan perlu dimengerti oleh lulusan SMA/SMK sewaktu akan memasuki perguruan tinggi, karena dalam tahap ini keputusan yang akan diambilnya akan lebih efektif. Dampak penetapan pilihan akan membawa pengaruh jangka panjang atau pendek, baik berupa keuntungan yang diperoleh maupun risiko yang ditanggung. Oleh karena itu, dalam hal memilih perguruan tinggi merupakan keputusan yang akan berdampak pada masa depan seseorang.

## 5. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan media sosial terhadap keputusan memilih Unis sebagai tempat kuliah tahun 2022/2023, maka dapat disimpulkan hasil pengamatan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, seperti berikut : Kualitas pelayanan secara parsial positif memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih Unis sebagai tempat kuliah, Media sosial secara parsial positif memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih Unis sebagai tempat kuliah, Kualitas pelayanan dan Media sosial secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Unis sebagai tempat kuliah. Hasil kajian menunjukkan jika kualitas pelayanan dan media sosial berkontribusi dalam keputusan memilih perguruan tinggi sebesar 57,3% dan sisanya diluar model penelitian ini. Untuk peneliti yang akan datang diharapkan sebaiknya dapat menambah variabel bebas lainnya sehingga dapat diketahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi terhadap pengambilan keputusan memilih perguruan tinggi.

## References

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anita Sari, T. (2021). Pengaruh Minat, Pengetahuan dan Motivasi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Pilihan Berkarir Sebagai Akuntan Pajak (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang). *Skripsi*.
- Arianto, N., Patilaya, E. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK

SALT n PEPPER PADA PT MITRA BUSANA SENTOSA BINTARO. *Jurnal KREATIF: Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan*, Vol. 6, No. 2

- Azmar, A., & Laksamana, P. (2018). Pengaruh social media promotion dan electronic word of mouth terhadap keputusan pemilihan pada perguruan tinggi. *Jurnal Riset Perbankan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(2), 123. <https://doi.org/10.56174/jrpma.v2i2.34>
- Burhanuddin Yusuf, *Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Rajawali Press, 2015),25.
- Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi* (Bandung: Refika Aditama, 2016),24.
- Dr. Ulber Silalahi, MA., *Metodologi Penelitian Sosial*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2009), hal. 76
- Fadilah, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Alat Tulis Kantor Pada Toko Gramedia Ponorogo. *Skripsi*.
- Fahmi, Irham. 2011. *Manajemen Pengambilan Keputusan Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ferdiansah, M. F., Diana, N., & Afifudin. (2020). PENGARUH MINAT DAN MOTIVASI MENGIKUTI PELATIHAN BREVET PAJAK A DAN B TERHADAP PILIHAN BERKARIR SEBAGAI AKUNTAN PAJAK (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 09(08), 102–115.
- Garaika, & Feriyan, W. (2018). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21–27. <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>
- Halean, S., Kandowangko, N., & Goni, S. Y. V. . (2021). Peran Pendidikan Dalam Meningkatkan Sumber Daya Manusia Di SMA Negeri 1 Tampan AMMA Di Talaud. *Jurnal Holistik*, 14(2), 1–15. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/download/34453/32350>
- K., G. D., Paham, G., & Sembiring, B. K. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Manajemen Dan Bisnis*, 14(01), 21–33.
- Lopez, F. F., & Marta, L. S. (2015). *Pengaruh Citra Perguruan Tinggi, Kualitas Pelayanan, dan Kesadaran Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya*. 1–20.
- Marlius, D., & Ananda, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Website Akademik Terhadap Minat Kuliah Di Akbp Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 191–204. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.190>
- Murtiningsih, D., & Hendrawan, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Word of Mouth terhadap Keputusan Memilih Berkuliah. *Jurnal Ekobistek*, 11(2), 60–64. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i2.277>

- 
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Saragih, J. L. (2015). Pengaruh Pencitraan, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Memilih Perguruan Tinggi Swasta Di Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 1(1), 58–72. <https://doi.org/10.54367/jrak.v1i1.160>
- Supardin, Indawati, N., & Walipah. (2019). Pendidikan Ekonomi Memilih Pada Program Studi. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE)*, 4(2), 1–7. <http://ejournal.unikama.ac.id>
- Syabaniah, R. N. (2017). Pengaruh Antara Media Sosial dan Sosialisasi Informasi Terhadap Minat Memilih Perguruan Tinggi. *Jurnal Swabumi*, 5(2), 191–195. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/swabumi/article/view/2687/pdf>
- Wulandari Lubis, D. S., & Hamdan. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 2(1), 183–191.