



Peran Media Sosial, Biaya UKT, dan Citra Merek Mempengaruhi Keputusan Melanjutkan Studi di Universitas Budi Luhur (Studi pada Mahasiswa Universitas Budi Luhur Angkatan 2024)

Marsudin Putra Jaya Gulo^{1*}, Yugi Setyarko²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur, Indonesia

E-mail: jayagulo2904@gmail.com¹, yugi.setyarko@budiluhur.ac.id²

*Korespondensi penulis: jayagulo2904@gmail.com

Abstract. *This research aims to determine the role of social media, single tuition fees (UKT), and brand image on the decision to continue studying at Budi Luhur University, South Jakarta. In this study the population is known. The sample used in this research was 100 respondents, using a simple random sampling method and using the Slovin formula. In this research, the data was analyzed using the SPSS 26 program with Microsoft Excel 2016. The results showed that Social Media had a significant influence on the Decision to Continue Studying, UKT Fees did not have a significant influence on the Decision to Continue Studying, and Brand Image had a significant influence on the Decision to Continue Studying.*

Keywords: *Brand Image, Social Media, UKT.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran media sosial, biaya kuliah tunggal (UKT), dan brand image terhadap keputusan melanjutkan kuliah di Universitas Budi Luhur Jakarta Selatan. Dalam penelitian ini populasinya diketahui. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, dengan menggunakan metode simple random sampling dan menggunakan rumus Slovin. Dalam penelitian ini data dianalisis menggunakan program SPSS 26 dengan Microsoft Excel 2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Media Sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Melanjutkan Belajar, Biaya UKT tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Melanjutkan Belajar, dan Brand Image mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Melanjutkan Belajar.

Kata Kunci: Brand Image, Media Sosial, UKT.

1. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan suatu proses pembelajaran, pengetahuan, keterampilan, dan kebiasaan yang diwariskan dari generasi ke generasi berikutnya. Pendidikan perguruan tinggi sangat penting bagi setiap bangsa dalam membangun setiap profesi yang diinginkan mahasiswa dalam mengembangkan potensi yang ada dalam diri. Universitas Budi Luhur (UBL) di Jakarta Selatan merupakan perguruan tinggi yang memiliki banyak peminat. Mahasiswa/mahasiswi UBL banyak yang berasal dari luar kota seperti Papua, Kalimantan, Sumatera, bahkan dari Pulau Nias.

Ketatnya persaingan antara kampus juga menjadi hal yang perlu diperhatikan bagi setiap instansi pendidikan untuk terus meningkatkan performan dalam menarik minat mahasiswa baru. Persaingan bebas dan ketat di dunia pendidikan, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) dan peningkatan pengetahuan konsumen mendorong untuk

terus melakukan peningkatan kualitas dan kepuasan layanan terbukti dengan didapatkannya sertifikasi sistem penjaminan mutu internasional. Universitas Budi Luhur membuka kesempatan untuk dapat menambah pengetahuan dalam bidang Teknologi Informasi, Ekonomi, Sosial Politik, Komunikasi dan Teknik yang pada saat ini masih merupakan pilihan teratas dalam peningkatan karier.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ridwan *et al.*, (2022) menyatakan bahwa media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan melanjutkan studi. Juga penelitian yang dilakukan oleh Anggara dan Setyarko, (2024) menyatakan bahwa media sosial berpengaruh terhadap keputusan melanjutkan studi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Aprillita & Mina Sulastri Njotowidjojo, (2023) menyatakan bahwa biaya UKT atau biaya pendidikan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap keputusan melanjutkan studi. Dalam hal ini biaya pendidikan tergantung mahasiswa dan juga kesanggupan orang tua untuk memilih perguruan tinggi untuk anaknya. Juga penelitian yang dilakukan oleh Najib Mutamam & Hadi Purnomo, (2021) menyatakan bahwa UKT tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan studi. Hal menunjukkan bahwa biaya UKT tidak memiliki pengaruh dalam keputusan seseorang untuk melanjutkan studi pada perguruan tinggi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nurdin *et al.*, (2020) menyatakan bahwa brand image berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan melanjutkan studi. Juga penelitian yang dilakukan oleh Saputra, (2024) menyatakan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan melanjutkan studi. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh yang positif bagi calon mahasiswa dalam mengambil keputusan melanjutkan studi pada perguruan tinggi yang memiliki citra merek yang baik.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam rangka menunjang dan mendukung suatu penelitian sebagai pedoman dalam mempelajari masalah yang sesungguhnya dalam penelitian, maka dibutuhkannya landasan teori yang bersifat ilmiah. Dalam landasan teori dikemukakan berbagai teori yang berhubungan dengan variabel penelitian yang digunakan untuk pemecahan masalah yang diteliti dengan variabel Media Sosial, Biaya Uang Kuliah Tunggal (UKT), dan Citra Merek terhadap keputusan Melanjutkan Studi.

Media Sosial (X₁)

Menurut Setiadi., (2016) mendefinisikan media sosial sebagai platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Sehingga, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebuah ikatan sosial Sari., (2018).

Indikator Media Sosial

Menurut Audria *et al.*, (2021) indikator media sosial adalah sebagai berikut:

- 1) Perhatian, yaitu ketertarikan seseorang terhadap aktivitas yang sesuai minatnya dan akan jauh lebih kuat dan intensif dibandingkan dengan aktivitas lain yang tidak memunculkan minat tertentu.
- 2) Penghayatan, yaitu pemahaman dan penyerapan terhadap informasi adanya usaha seseorang untuk memahami, menikmati, menghayati dan menyimpan berbagai informasi maupun pengalaman yang didapat sebagai pengetahuan seseorang. Individu suka meniru, mempraktikkan bahkan terpengaruh hal atau informasi yang terdapat di media sosial dalam kehidupan nyata.
- 3) Durasi, yaitu lamanya selang waktu, lamanya sesuatu yang berlangsung. Sering sekali ketika menggunakan media sosial menjadi tidak sadar waktu karena terlalu menikmati dalam menggunakannya.
- 4) Frekuensi, yaitu banyaknya pengulangan perilaku yang dilakukan berulang-ulang baik disengaja maupun tidak disengaja. Seringkali karena begitu menikmati menggunakan media sosial seseorang cenderung tidak bisa lepas dari penggunaannya sehingga berulang-ulang kali membuka situs media sosial yang digemari.

Biaya Uang Kuliah Tunggal (UKT) (X₂)

Menurut Agung *et al.*, (2020) Uang Kuliah Tunggal (UKT) merupakan suatu kebijakan baru di dunia pendidikan Indonesia yang bertujuan untuk meringankan biaya pendidikan khususnya pada Perguruan Tinggi Negeri (PTN). Berdasarkan Keputusan Menteri Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi nomor 91/M/KPT/2018, golongan UKT dibagi menjadi 8 kelompok, yaitu golongan 1 dengan biaya UKT paling rendah, hingga golongan 8 dengan biaya UKT paling tinggi.

Indikator Uang Kuliah Tunggal (UKT)

Berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, Pemerintah menetapkan SSBOPT (Standar Satuan Biaya Operasional Pendidikan Tinggi) secara berkala. SSBOPT dihitung berdasarkan kebutuhan biaya operasional penyelenggaraan pendidikan tinggi yang disusun dengan memperhitungkan 3 (tiga) parameter yaitu:

1) **Capaian Standar Nasional Pendidikan Tinggi**

Capaian ini mengacu pada standar yang ditetapkan pemerintah untuk menjamin kualitas pendidikan tinggi, meliputi kurikulum, kualifikasi dosen, sarana dan prasarana, serta mekanisme penjaminan mutu.

2) **Jenis Program Studi**

Program studi dibagi berdasarkan jenjang pendidikan, yaitu:

- a. S1 (Sarjana): Pendidikan dasar di bidang studi tertentu.
- b. S2 (Magister): Pendalaman pengetahuan dan keterampilan, termasuk penelitian.
- c. S3 (Doktor): Fokus pada penelitian lanjutan dan disertasi.

3) **Indeks kemahalan wilayah**

Indeks ini mengukur biaya hidup dan tingkat kemahalan suatu wilayah, mempertimbangkan harga barang, aksesibilitas, dan pendapatan masyarakat, yang berdampak pada biaya pendidikan dan daya tarik perguruan tinggi.

Citra Merek (X3)

Menurut Setiawati., (2019) Merek merupakan nama, istilah, tanda simbol, desain atau kombinasi dari beberapa elemen ini, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi mereka dari para pesaingnya. Sedangkan, citra merek menurut Keller (2013) adalah konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi merek yang ada pada perkiraan konsumen. Sedangkan Menurut Gómez et all dalam Natalia dan Sumantyo., (2023) Citra Merek merupakan bagian relevan di pasar konsumen di mana perusahaan berusaha untuk mengembangkan kepercayaan, loyalitas, dan pilihan (kesukaan) konsumen. Pilihan (kesukaan) merek konsumen adalah ukuran penting untuk memahami perilaku pilihan konsumen dan dampaknya pada niat pembelian atau kunjungan.

Indikator Citra Merek

Menurut Aaker *et al.*, (2020), indikator citra merek dapat dilihat dari:

- 1) Citra Perusahaan (Corporate Image), yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap perusahaan yang membuat suatu barang atau jasa. Meliputi: popularitas, kredibilitas, jaringan perusahaan, serta pemakai itu sendiri.
- 2) Citra produk / konsumen (product Image), yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu barang atau jasa. Meliputi: atribut dari produk, manfaat bagi konsumen, serta jaminan.
- 3) Citra pemakai (User Image), yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap pemakai yang menggunakan suatu barang atau jasa. Meliputi: pemakai itu sendiri, serta status sosialnya.

Melanjutkan Studi (Y)

Keputusan calon mahasiswa melanjutkan studi yang dapat diasumsikan sebagai keputusan pemilihan jasa, yaitu keputusan calon mahasiswa dan segala upaya yang dilakukan oleh calon mahasiswa dalam memilih tempat perguruan tinggi yang diinginkannya Baskara dan Ernasari, (2018). Pengambilan keputusan merupakan sebuah proses dalam memilih jurusan dengan tepat dan berkaitan dengan perkembangan individu yang dimulai dari usia sekolah hingga bekerja Tideman dalam Ellis dan Sampe, (2022). Adapun faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan menurut Berks dalam Ellis dan Sampe, (2022), bahwa ada beberapa faktor penting dalam pengambilan keputusan yaitu faktor intrinsik seperti minat, motivasi, emosi, sikap dan penyesuaian diri serta faktor ekstrinsik seperti orang tua, teman dan perguruan tinggi.

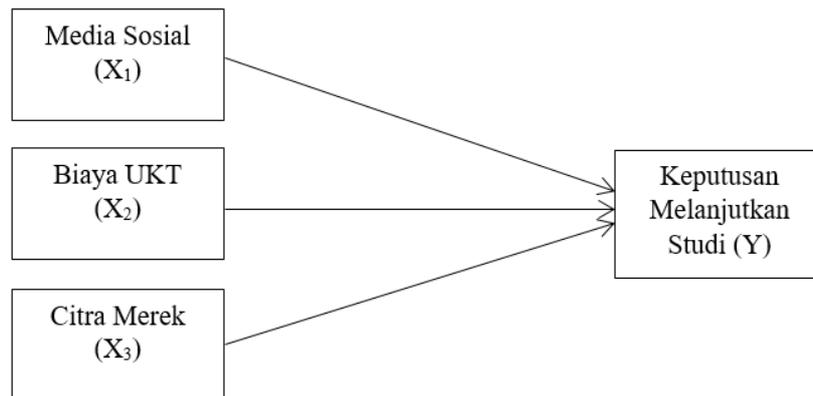
Indikator Melanjutkan Studi

Menurut Kusuma *et al.*, (2023) mengemukakan indikator pengambilan Keputusan yaitu sebagai berikut:

- 1) Tujuan harus relevan dengan kebutuhan, kejelasan, dan kemampuan individu.
- 2) Mengumpulkan informasi berarti mendapatkan informasi dari berbagai sumber, seperti iklan, sosial media, atau orang-orang di sekitar Anda.
- 3) Minat adalah kecenderungan untuk menyukai sesuatu yang sudah dipilih atau dasar keberhasilan seseorang.

- 4) Setelah pertimbangan mendalam, pilihan alternatif terbaik adalah pilihan yang dianggap paling tepat untuk memecahkan masalah. Ini menentukan apakah pilihan tersebut akan berhasil atau tidak.
- 5) Satisfaction merupakan tahapan terakhir di mana siswa merasa puas dengan program studi mereka lalu memutuskan untuk masuk.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Definisi metode penelitian deskriptif menurut Sugiyono, (2018) adalah: “penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.” Menurut Sugiyono (2018), metode kuantitatif adalah: “metode yang Berlin Daskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Berdasarkan teori-teori tersebut, penelitian deskriptif kuantitatif merupakan data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan maka peneliti menggunakan teknik *simple random sampling*. Dengan metode Teknik pengambilan sampel *Simple Random Sampling* merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan-keterangan mengenai Peran Media Sosial, Biaya Uang Kuliah Tunggal (UKT), dan Citra Merek Terhadap Keputusan Melanjutkan Studi Pada Universitas Budi Luhur.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi Penelitian

Menurut Arikunto (2017) menyatakan bahwa pengertian populasi yaitu keseluruhan subjek penelitian. apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Studi atau penelitiannya juga disebut studi populasi atau studi sensus, sedangkan (Sugiyono dalam nugroho 2018) mendefinisikan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah atau memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian maka yang menjadi populasi sasaran dalam penelitian ini adalah Mahasiswa/I yang melakukan Keputusan Melanjutkan Studi Pada Universitas Budi Luhur. Data yang diperoleh dari Mahasiswa/I yang kebetulan Melanjutkan Studi, di Universitas Budi Luhur Jakarta Selatan, menunjukkan bahwa populasi Keputusan Melanjutkan Studi diketahui jumlahnya secara pasti.

Sampel Penelitian

Sampel adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Menurut Arikunto (2017) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Dalam hal ini mahasiswa yang Melanjutkan Studi di Universitas Budi Luhur, di Jakarta Selatan tidak diketahui dengan pasti. Untuk merepresentasikan suatu penelitian tidaklah seluruhnya populasi dijadikan responden. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* (2013), hal ini dikarenakan jumlah populasi diketahui atau terhingga Jadi, minimal jumlah responden yang diperlukan dalam penelitian ini sebanyak 93 Responden, Dalam penerapannya peneliti membagikan 120 kuesioner kepada mahasiswa Universitas Budi Luhur angkatan 2024, namun jawaban yang kembali hanya sebanyak 100 responden.

4. HASIL PENELITIAN

Deskripsi Sampel Penelitian

Pada data penelitian ini penulis menggunakan sampel sebanyak 100 responden, pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan menggunakan teknik sampel *simple random sampling* merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Sampel yang dipakai sebanyak 100 responden yaitu Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi di Universitas Budi Luhur.

Dengan menyebarkan link kuisisioner, sehingga penelitian ini dilakukan menggunakan skor yang telah ditentukan untuk mengetahui keputusan melanjutkan studi secara keseluruhan dengan menggunakan skala *likert*.

Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan terhadap 100 responden, dengan menggunakan software komputer SPSS Versi 26 setiap pernyataan untuk masing-masing variable yang ada dalam kuesioner akan dinyatakan valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ Tabel}$. R Tabel didapat dari perhitungan menggunakan software komputer SPSS versi 26, dengan ketentuan $df = n-2$ ($100-2 = 98$) dan tingkat kesalahan 0,05. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang telah dilakukan datanya valid atau tidak, maka penulis melakukan Uji Validitas. Uji Validitas menggunakan tingkat kesalahan 0,05, dimana $df = n-2$. Nilai n dalam penelitian ini yaitu 100, sehingga nilai $df = 98$. Dengan begitu, diperoleh nilai $r \text{ Tabel} = 0,196$.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diperlukan untuk mengukur tingkat keandalan kuesioner. Untuk itu, dilakukan uji reliabilitas internal pada instrument penelitian dengan menggunakan teknik reliabilitas dengan metode Alpha. Dasar pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas adalah setiap variabel akan dikatakan reliabel jika: Cronbach's Alpha $> 0,6$. (Priyatno, 2018).

Dasar pengambilan keputusan pada uji reliabilitas ini yaitu:

- 1) Cronbach's Apha $> 0,6$, maka kuesioner yang diuji reliabel.
- 2) Cronbach's Apha $< 0,6$, maka kuesioner yang diuji tidak reliabel.

Tabel 1. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Standar Reliabilitas</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
Media Sosial	0,890	0,6	4	Reliabel
Biaya UKT	0,762	0,6	3	Reliabel
Citra Merek	0,906	0,6	3	Reliabel
Keputusan Melanjutkan Studi	0,908	0,6	5	Reliabel

Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas**

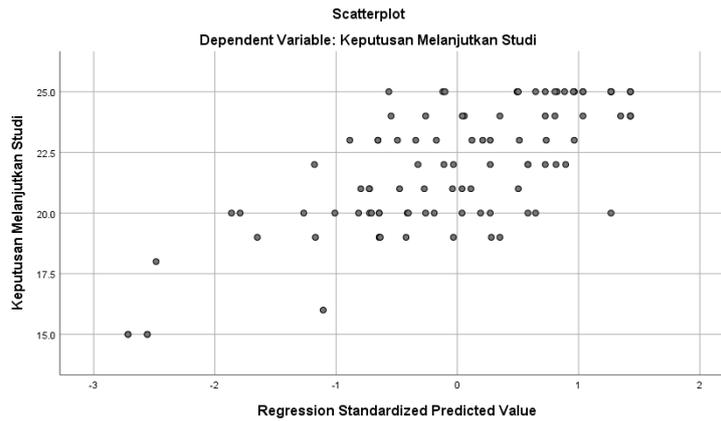
Hasil uji normalitas dalam penelitian ini benar-benar berdistribusi normal dilakukan uji kembali dengan uji one sampel Kolmogorov Smirnov test. menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolonieritas menunjukkan nilai tolerance variabel media sosial (0.853), Biaya uang kuliah tunggal (UKT) (0.801) dan citra merek (0.735) $> 0,10$ dan nilai VIF variabel media sosial (1.173), Biaya uang kuliah tunggal (UKT) (1.249) dan citra merek (1.361) < 10 untuk semua variabel yaitu kualitas layanan, citra merek dan kepercayaan, sehingga dapat dipastikan pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas

Uji Heteroskedastisitas

Pada dengan grafik Scatterplot, menunjukkan penyebaran titik-titik sampel sebagai berikut: Titik-titik sampel menyebar di atas dan di bawah atau mengelilingi angka 0 (nol). Penyebaran titik-titik sampel tidak membentuk pola yang jelas. Maka disimpulkan bahwa tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi dan sampel layak dalam penelitian.



Gambar 2. Uji Heteroskadastisitas

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Analisis Regresi Linier Berganda

		<i>Coefficients^a</i>				
		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		
Model		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>(Constant)</i>	4.354	1.762		2.471	.015
	Media Sosial	.455	.077	.434	5.943	.000
	Biaya UKT	.157	.126	.094	1.245	.216
	Citra Merek	.595	.111	.420	5.337	.000

a. *Dependent Variable:* Keputusan Melanjutkan Studi

Berdasarkan tabel 2 di atas, diketahui persamaan regresi yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 KP + \beta_2 H + \beta_3 P$$

$$Y = 4.354 + 0,455 MS + 0,151 BUKT + 0,595 CM$$

- 1) Nilai konstanta sebesar 4.354 artinya jika Media Sosial, Biaya UKT, dan Citra Merek nilainya adalah 0, maka Keputusan Melanjutkan Studi nilainya adalah 4.354.
- 2) Koefisien regresi (β_1) Media Sosial mempunyai nilai sebesar 0,455 memberikan arti bahwa kenaikan Media Sosial sebesar 1 satuan maka akan mengakibatkan peningkatan Keputusan Melanjutkan Studi sebesar 0.45.
- 3) Koefisien regresi (β_2) Biaya UKT mempunyai nilai sebesar 0,151 memberikan arti bahwa kenaikan Biaya UKT sebesar 1 satuan maka akan mengakibatkan peningkatan Keputusan Melanjutkan Studi sebesar 0,151.
- 4) Koefisien regresi (β_3) Citra Merek mempunyai nilai sebesar 0,595 memberikan arti bahwa Citra Merek sebesar 1 satuan maka akan mengakibatkan peningkatan Keputusan Melanjutkan Studi sebesar 0,595.

Koefisien Determinasi

Tabel 3. Koefisien Determinasi

Model	<i>Model Summary^b</i>			<i>Std. Error of the Estimate</i>
	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	
1	.751 ^a	.563	.550	1.759

a. *Predictors: (Constant), Citra Merek, Media Sosial, Biaya UKT*

b. *Dependent Variable: Keputusan Melanjutkan Studi*

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat besarnya angka Adjusted R Square adalah 0,550. Angka tersebut menunjukkan Media Sosial, Biaya UKT, dan Citra Merek mampu mempengaruhi Keputusan Melanjutkan Studi 0,550 atau sebesar 55% sedangkan sisanya yaitu 45% (100% - 55%) yang dipengaruhi oleh factor penyebab lain yang berasal dari luar model regresi ini. Misalnya seperti lokasi, gaya hidup, dan lainnya.

Interpretasi Hasil Penelitian

1) Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Melanjutkan Studi

Uji t kenaikan variabel Media Sosial terhadap variabel Keputusan Melanjutkan Studi, terlihat bahwa t hitung untuk Media Sosial adalah $5.943 > t$ tabel 1,660 dan nilai sig sebesar $0,00 < 0,05$, Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh signifikan Media Sosial terhadap Keputusan Melanjutkan Studi (H_0 ditolak) atau (H_a diterima) maka Media Sosial berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Melanjutkan Studi.

2) Pengaruh Biaya UKT Terhadap Keputusan Melanjutkan Studi

Uji t kenaikan variabel Biaya (UKT) terhadap variabel Keputusan Melanjutkan Studi, terlihat bahwa t hitung untuk Biaya (UKT) adalah $1,245 > t$ tabel 1,660 dan nilai sig sebesar $0,206 > 0,05$, Sehingga hipotesis yang berbunyi tidak terdapat pengaruh signifikan Biaya (UKT) terhadap Keputusan Melanjutkan Studi (H_0 diterima) atau (H_a ditolak) maka Biaya UKT tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Melanjutkan Studi.

3) Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Melanjutkan Studi

Uji t kenaikan variabel Citra Merek terhadap variabel Keputusan Melanjutkan Studi, terlihat bahwa t hitung untuk Citra Merek adalah $5,337 > t$ tabel 1,660 dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$, Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh signifikan Citra Merek terhadap Keputusan Melanjutkan Studi (H_0 ditolak) atau (H_a

diterima) maka Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Melanjutkan Studi.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan melanjutkan studi pada mahasiswa Universitas Budi Luhur Angkatan 2024. Sementara itu, biaya uang kuliah tunggal (UKT) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan melanjutkan studi pada mahasiswa Universitas Budi Luhur Angkatan 2024. Di sisi lain, citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan melanjutkan studi pada mahasiswa Universitas Budi Luhur Angkatan 2024.

Untuk keputusan melanjutkan studi di Jakarta Selatan, Universitas Budi Luhur diharapkan untuk meningkatkan kreativitas dalam media sosial dan konten-konten yang mereka bagikan, sehingga dapat memberikan hal baru yang menarik dan menghibur bagi mahasiswa, agar mereka merasa tertarik untuk melanjutkan studi di UBL. Selain itu, biaya UKT diharapkan disesuaikan dengan standar perguruan tinggi serta fasilitas yang ada, agar setiap mahasiswa merasa tidak salah memilih untuk melanjutkan studi di Universitas Budi Luhur. Universitas Budi Luhur juga diharapkan mampu menciptakan kesan yang baik, yang dapat menjadi pengalaman berkesan bagi mahasiswa dan mendorong mereka untuk merekomendasikan universitas ini kepada teman dan keluarga sebagai tempat melanjutkan studi.

Untuk peneliti selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di Bab IV, disarankan agar peneliti menambahkan jumlah sampel penelitian karena jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas. Selain itu, peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan melanjutkan studi. Peneliti juga menyarankan agar waktu penyebaran kuesioner diperluas, sehingga responden tidak merasa terburu-buru dalam menjawab setiap pernyataan, dan hasil yang diperoleh dapat lebih akurat.

Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka implikasi manajerial yang didapat sebagai berikut:

- 1) Universitas Budi Luhur sebagai kampus yang mengedepankan kualitas kampus dengan memperkenalkan di media sosial, Universitas Budi Luhur bagian dari jasa dan fokus pada calon mahasiswa dengan menerapkan suatu metode atau sistem yang berpedoman

pada konten-konten yang menarik dan mengikuti tren, oleh karena itu Universitas Budi Luhur menjaga dan mengembangkan setia konten pada media sosial dalam menciptakan ketertarikan bagi setiap Mahasiswa Melanjutkan Studi di perguruan tinggi.

- 2) Universitas Budi Luhur dalam menentukan biaya uang kuliah tunggal (UKT) selalu berpedoman pada kebijakan yang benar dan sesuai dengan standar. Hal tersebut tidak menjadi masalah bagi setiap calon mahasiswa dalam menentukan pilihan untuk kuliah di Universitas Budi luhur.
- 3) Universitas Budi Luhur, selalu berusaha memberikan kesan yang bagi setiap mahasiswa maupun bagi calon mahasiswa untuk membangun pengalaman yang positif dan pandangan masyarakat terhadap citra kampus.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini sudah diupayakan semaksimal mungkin oleh penulis, namun masih banyak terdapat keterbatasan pada kegiatan penelitian, antara lain:

- 1) Penelitian ini hanya menerapkan metode *survey* kuesioner berdasarkan persepsi responden, sehingga kesimpulan yang diambil hanya berdasarkan pada data yang diperoleh dan dikumpulkan melalui instrumen secara tertulis.
- 2) Terdapat keterbatasan waktu dan juga materi dalam penyebaran kuesioner ini sehingga data yang dihasilkan kurang akurat dan kurang lengkap pada Mahasiswa Universitas Budi luhur Angkatan 2024 Jakarta Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, M., Parenreng, J. M., Wahid, A., Wahid, M. S. N., Putra, S. A., & Bahar, M. M. (2020). Sistem penentuan nilai uang kuliah tunggal (UKT) mahasiswa baru Universitas Negeri Makassar. *Journal of Embedded Systems, Security and Intelligent Systems*, 9-16.
- Audria, N., Suhandi, A., & Kurniawan, A. R. (2021). Strategi guru dalam membangkitkan minat belajar siswa pada sistem pembelajaran dalam jaringan masa pandemi COVID-19 di sekolah dasar (Doctoral dissertation, Universitas Jambi).
- Baskara, A., & Ernasari, N. (2018). Pengaruh word of mouth (WOM) dan brand image terhadap keputusan calon mahasiswa melanjutkan studi di perguruan tinggi (Survei pada siswa kelas XII SMA Negeri Sekecamatan Tanah Putih). *PEKA*, 6(2), 171-178.
- Ellis, R., & Sampe, P. D. (2022). Faktor-faktor pengambilan keputusan studi lanjut pada siswa SMA. *Pedagogika: Jurnal Pedagogik Dan Dinamika Pendidikan*, 10(1), 12-17.

- Firmanto, M. S. (2023). Peran citra merek dan media sosial terhadap keputusan mahasiswa memilih pendidikan sarjana. *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 100-113.
- Kusuma, A. S., Setiadi, D., & Handayani, B. S. (2023). Pengembangan instrumen questioning skills berdasarkan domain kognitif taksonomi Bloom revisi untuk evaluasi kemampuan bertanya siswa SMA pada pembelajaran biologi. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 8(4), 2668-2680.
- Mutamam, N., & Purnomo, H. (2021). The influence of brand image, UKT, and location on the 2020 student's decision to choose Trunojoyo Madura University. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(1).
- Natalia, J. L. F., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Peran citra merek kualitas produk dan diskon terhadap keputusan pembelian sepatu PVN Shoes (Studi kasus mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *JURNAL ECONOMINA*, 2(9), 2414-2428.
- Nugroho, U. (2018). *Metodologi penelitian kuantitatif pendidikan jasmani*. Penerbit CV. Sarnu Untung.
- Nurdin, N., Mujahid, M., & Muin, S. A. (2020). Peran advertising strategy, brand image, dan differentiation terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta di Kota Makassar. *Manor: Jurnal Manajemen Dan Organisasi Review*, 2(1), 26-36.
- Saputra, A. R., & Khuzaini, K. (2024). Pengaruh media sosial, harga, dan citra merek terhadap keputusan mahasiswa memilih STIESIA Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 13(5).
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektivitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Setiawati, S. D. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku usaha mikro kecil menengah. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125-136.
- Sugiono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.