

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Calon Mahasiswa Baru Untuk Tidak Melanjutkan Registrasi Pada Tahun 2022-2023 (Studi Kasus Pada Universitas Swasta di Bandung)

Agung M. Taufik¹, M. Budi Djatmiko²

¹⁻² Universitas Teknologi Digital

Abstract. *This study aims to analyze the factors that influence the decision of prospective new students not to continue the registration process at a private university in Bandung. This phenomenon often occurs in various higher education institutions and has an impact on student admission and retention strategies. Potential factors influencing the decision include tuition fees, university reputation, study program quality, administrative services, as well as external factors such as scholarship offers and career opportunities. This research uses a quantitative approach with a questionnaire survey method distributed through Google Forms. The research sample consisted of prospective students who had registered but did not proceed to the final registration stage. Data was collected using a questionnaire that measured various variables such as tuition fees, perceived program quality, campus facilities, and external influences, with a five-point Likert scale to determine the respondents' level of agreement with each factor. The results of this study found that inadequate accreditation was the main reason influencing the decision of prospective private university students not to continue their registration, with 49.8% of respondents citing this factor as the most influential. Other significant factors include lack of follow-up from the university (32.5%), poor campus location (27.6%), and tuition fees that are considered too high (23.2%). Meanwhile, the factor of unsatisfactory service has the lowest influence, only 7.4%. This finding indicates that aspects of accreditation, facilities, communication, and cost are important elements in prospective students' decision making to continue registration at a private university.*

Keywords: *Registration Decision, Determinant Factors, Student Retention.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan calon mahasiswa baru untuk tidak melanjutkan proses registrasi di Universitas Swasta, Bandung. Fenomena ini sering terjadi di berbagai institusi pendidikan tinggi dan berdampak pada strategi penerimaan serta retensi mahasiswa. Faktor-faktor potensial yang memengaruhi keputusan tersebut meliputi biaya pendidikan, reputasi universitas, kualitas program studi, layanan administrasi, serta faktor eksternal seperti penawaran beasiswa dan peluang karier. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kuesioner yang disebarluaskan melalui Google Forms. Sampel penelitian terdiri dari calon mahasiswa yang telah melakukan pendaftaran namun tidak melanjutkan hingga tahap registrasi akhir. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang mengukur berbagai variabel seperti biaya pendidikan, persepsi terhadap kualitas program, fasilitas kampus, dan pengaruh eksternal, dengan skala Likert lima poin untuk mengetahui tingkat persetujuan responden terhadap setiap faktor. Hasil penelitian ini menemukan bahwa faktor akreditasi yang kurang memadai merupakan alasan utama yang mempengaruhi keputusan calon mahasiswa Universitas Swasta untuk tidak melanjutkan registrasi, dengan 49,8% responden menyebutkan faktor ini sebagai yang paling berpengaruh. Faktor lain yang juga signifikan meliputi kurangnya tindak lanjut dari pihak universitas (32,5%), lokasi kampus yang kurang strategis (27,6%), dan biaya kuliah yang dianggap terlalu tinggi (23,2%). Sementara itu, faktor pelayanan yang kurang memuaskan memiliki pengaruh paling rendah, hanya sebesar 7,4%. Temuan ini mengindikasikan bahwa aspek akreditasi, fasilitas, komunikasi, dan biaya merupakan elemen penting dalam pengambilan keputusan calon mahasiswa untuk melanjutkan registrasi di Universitas Swasta.

Kata Kunci: Keputusan Registrasi, Faktor Penentu, Retensi Mahasiswa.

1. PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Keputusan calon mahasiswa baru untuk tidak melanjutkan proses registrasi merupakan fenomena yang sering terjadi di berbagai universitas, termasuk Universitas Swasta di Bandung. Setiap tahun, meskipun ribuan pendaftar berminat, banyak yang tidak mencapai tahap registrasi

akhir. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan ini sangat penting bagi Universitas Swasta agar dapat memperbaiki strategi penerimaan dan meningkatkan tingkat retensi mahasiswa.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor seperti biaya pendidikan, reputasi universitas, kualitas program studi, dan aksesibilitas informasi berpengaruh besar dalam keputusan calon mahasiswa. Namun, di Universitas Swasta belum ada kajian mendalam yang mengungkapkan faktor spesifik tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis alasan calon mahasiswa baru tidak melanjutkan registrasi, dengan harapan temuan ini dapat membantu universitas menyusun strategi yang lebih efektif dalam menarik dan mempertahankan mahasiswa potensial.

Dalam menghadapi persaingan ketat di dunia pendidikan tinggi, Universitas Swasta perlu memahami preferensi calon mahasiswa dengan lebih baik. Faktor internal dan eksternal, seperti layanan administrasi, kondisi ekonomi, dan rekomendasi dari pihak ketiga, dapat memengaruhi keputusan akhir. Dengan menganalisis data empiris, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan yang berguna bagi universitas dalam merumuskan kebijakan yang lebih tepat sasaran dan meningkatkan komunikasi serta lingkungan yang mendukung bagi calon mahasiswa.

B. Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan calon mahasiswa baru di Universitas Swasta untuk tidak melanjutkan proses registrasi. Penelitian ini akan mengeksplorasi berbagai variabel, baik internal seperti biaya pendidikan, layanan administrasi, dan kualitas program studi, maupun eksternal seperti pengaruh keluarga, beasiswa, dan prospek karier, yang dapat berperan dalam keputusan tersebut. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menentukan faktor-faktor dominan yang memengaruhi pembatalan registrasi, serta memberikan rekomendasi strategis kepada pihak Universitas Swasta dalam meningkatkan strategi penerimaan dan retensi mahasiswa guna meminimalkan pembatalan di masa mendatang.

C. Rumusan masalah

Bagaimana berbagai faktor internal dan eksternal, termasuk biaya pendidikan, kualitas layanan administrasi, persepsi terhadap program studi, pengaruh keluarga dan lingkungan, serta peluang beasiswa dan prospek karier, secara bersama-sama mempengaruhi keputusan calon mahasiswa baru di Universitas Swasta untuk tidak melanjutkan proses registrasi, dan faktor mana yang memiliki pengaruh dominan dalam keputusan tersebut?

D. Manfaat penelitian

Penelitian ini menawarkan manfaat signifikan bagi Universitas Swasta dengan memberikan pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan calon mahasiswa untuk tidak melanjutkan proses registrasi. Dengan informasi ini, universitas dapat memperbaiki aspek-aspek dalam proses penerimaan dan registrasi serta meningkatkan kualitas layanan administrasi. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan tingkat registrasi dan kepuasan mahasiswa, serta memperkuat reputasi universitas.

Selain itu, hasil penelitian ini juga memberikan kontribusi penting dalam pengembangan kebijakan pendidikan tinggi. Temuan dari penelitian ini dapat dijadikan acuan oleh lembaga pendidikan lain untuk merancang strategi penerimaan dan retensi yang lebih efektif, sehingga dapat mengurangi tingkat pembatalan registrasi dan meningkatkan kepuasan calon mahasiswa.

Dalam konteks akademis, penelitian ini menambah literatur yang ada dengan menyediakan model analisis yang aplikatif dalam memahami keputusan calon mahasiswa dan retensi. Temuan ini membuka peluang untuk studi lanjutan yang dapat mengeksplorasi faktor-faktor tambahan atau menerapkan pendekatan metodologis yang berbeda, memperkaya pemahaman mengenai dinamika keputusan mahasiswa.

Bagi calon mahasiswa, penelitian ini memberikan informasi yang berguna mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan universitas, memungkinkan mereka untuk membuat pilihan yang lebih terinformasi saat memilih institusi pendidikan. Dengan adanya perbaikan yang diusulkan berdasarkan temuan penelitian, calon mahasiswa dapat mengalami proses yang lebih baik dan lebih sesuai dengan kebutuhan serta harapan mereka.

2. TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori minat (AIDA)

Menurut Cholil (2020:112), AIDA adalah akronim yang merujuk pada empat tahap dalam proses penjualan, yaitu Attention (Perhatian), Interest (Minat), Desire (Keinginan), dan Action (Tindakan). Model ini, yang telah ada sejak lama, menyediakan panduan sederhana namun efektif dalam pemasaran. AIDA adalah salah satu model hierarki respons yang terkenal dalam pemasaran, dan berfungsi sebagai panduan untuk merancang kegiatan promosi. Model ini menyarankan bahwa alat promosi harus mampu menarik perhatian, menumbuhkan minat, membangkitkan keinginan, dan akhirnya memotivasi tindakan. Dalam merancang program komunikasi yang efektif, memahami proses bagaimana konsumen merespons sangat penting, termasuk bagaimana promosi dapat memengaruhi respons mereka.

Teori AIDA menjelaskan bahwa pengambilan keputusan pembelian melibatkan proses psikologis yang dilalui konsumen. Proses ini dimulai dengan menarik perhatian terhadap produk atau layanan. Jika produk atau layanan tersebut menarik, konsumen akan melanjutkan ke tahap minat untuk mengeksplorasi lebih lanjut keistimewaannya. Jika minat ini semakin mendalam, konsumen akan memasuki tahap keinginan, di mana produk atau layanan dianggap sesuai dengan kebutuhan mereka. Akhirnya, jika dorongan internal atau persuasif eksternal cukup kuat, konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli produk atau layanan tersebut.

Menurut Effendy (2017) Model A-I-D-A adalah akronim dari Attention (Perhatian), Interest (Minat), Decision (Keputusan), dan Action (Tindakan). Teori AIDA menggambarkan tahapan yang dilalui seseorang sebelum akhirnya membuat keputusan untuk bertindak. Model ini sering digunakan dalam pemasaran periklanan untuk menjelaskan proses yang terjadi ketika konsumen pertama kali mengenal sebuah produk hingga akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut berdasarkan iklan yang ditawarkan.

B. Model Hierarki Respons

Model hierarki respons, termasuk AIDA, mengacu pada serangkaian tahapan yang dilalui konsumen dalam merespons promosi atau iklan. Model ini menyarankan bahwa pengambilan keputusan konsumen adalah proses bertahap yang dimulai dengan perhatian, diikuti oleh minat, keinginan, dan tindakan. Berbagai studi menunjukkan bahwa setiap tahap memerlukan pendekatan yang berbeda untuk mempengaruhi konsumen secara efektif (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks pendidikan tinggi, model ini dapat diterapkan untuk memahami bagaimana calon mahasiswa memproses informasi tentang universitas dan program studi sebelum memutuskan untuk melanjutkan registrasi.

C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Registrasi Mahasiswa Baru

Keputusan calon mahasiswa untuk melanjutkan registrasi dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal seperti biaya pendidikan, reputasi universitas, dan kualitas program studi memainkan peran penting, di mana biaya pendidikan sering menjadi pertimbangan utama yang memengaruhi kemampuan finansial calon mahasiswa (Mazzarol & Soutar, 2002). Reputasi universitas dan kualitas program studi juga memengaruhi persepsi calon mahasiswa terhadap nilai pendidikan yang akan mereka terima (Perkins & Williams, 2009). Sementara itu, faktor eksternal seperti penawaran beasiswa, dukungan keluarga, serta pengaruh teman atau konsultan pendidikan juga berkontribusi, di mana beasiswa dapat mengurangi beban finansial dan rekomendasi dari lingkungan sosial dapat mempengaruhi keputusan akhir (Hoxworth, 2014).

D. Proses Komunikasi dan Respons Calon Mahasiswa Baru

Untuk membangun program komunikasi yang efektif, penting untuk memahami bagaimana proses respons konsumen terjadi. Proses ini melibatkan bagaimana konsumen merespons berbagai elemen promosi, termasuk informasi yang disampaikan, saluran komunikasi yang digunakan, dan timing dari pesan promosi (Schiffman & Kanuk, 2010). Dalam konteks pendaftaran mahasiswa, pemahaman ini membantu universitas merancang strategi komunikasi yang dapat mempengaruhi keputusan calon mahasiswa secara positif.

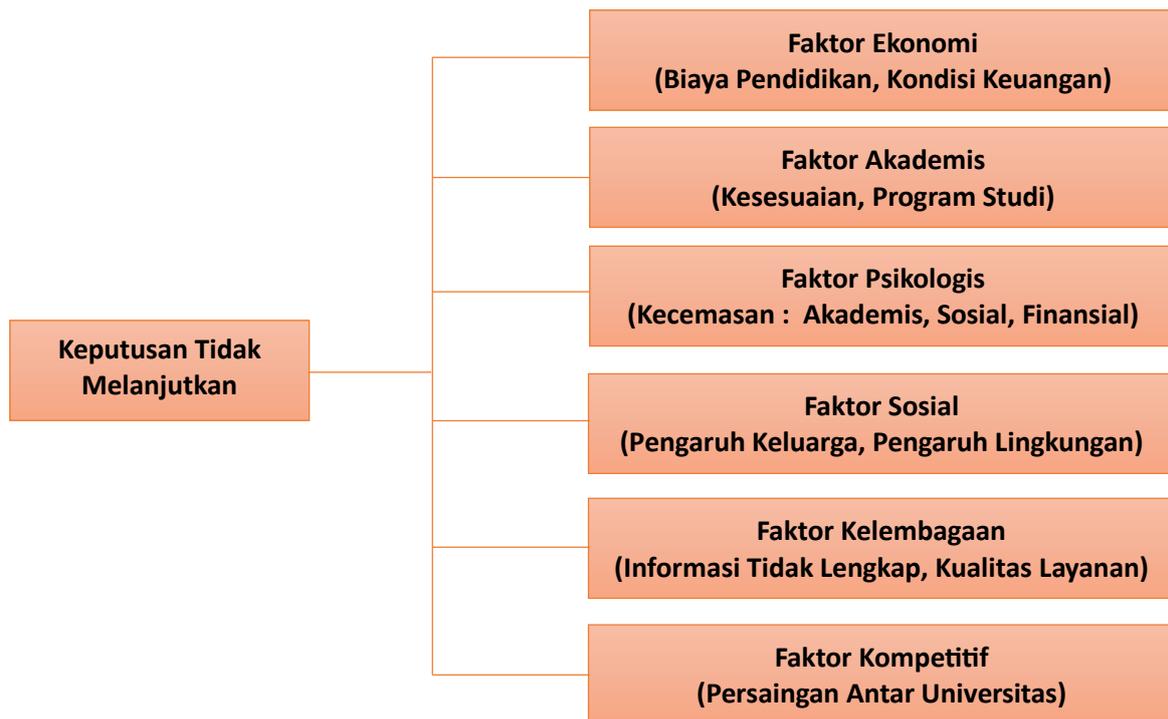
E. Penelitian terdahulu

Menurut Nugroho, F. (2019) menganalisis pengaruh antara minat calon mahasiswa dan kesesuaian program studi dengan keputusan mereka untuk melanjutkan proses registrasi di Universitas Y. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat yang tinggi terhadap program studi dan kesesuaian antara kurikulum serta prospek karir yang ditawarkan oleh universitas dengan harapan calon mahasiswa memiliki dampak signifikan pada keputusan mereka untuk melanjutkan pendaftaran ulang.

Menurut Harahap, A. (2019) tingkat kecemasan yang tinggi di antara calon mahasiswa sangat mempengaruhi keputusan mereka untuk tidak melanjutkan registrasi. Faktor kecemasan akademis, finansial, dan sosial menjadi tiga penyebab utama. Harahap merekomendasikan universitas untuk meningkatkan program orientasi dan dukungan emosional, seperti konseling atau program bantuan keuangan, untuk membantu calon mahasiswa mengatasi kecemasan mereka dan melanjutkan proses registrasi dengan lebih percaya diri.

F. Kerangka konseptual

Keputusan calon mahasiswa untuk tidak melanjutkan registrasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk faktor ekonomi seperti biaya pendidikan yang tinggi dan kondisi keuangan keluarga, serta faktor akademis seperti kesesuaian program studi dan persyaratan masuk yang sulit. Faktor psikologis, seperti kecemasan akademis, sosial, dan finansial, turut mempengaruhi keyakinan calon mahasiswa dalam menghadapi kehidupan perguruan tinggi. Dukungan sosial dari keluarga dan lingkungan sekitar juga berperan penting. Selain itu, kurangnya informasi yang jelas atau kualitas layanan yang buruk dari universitas dapat mengurangi minat mereka. Persaingan antar universitas dengan fasilitas dan reputasi yang lebih baik semakin memperkuat keputusan tersebut.



Sumber : Diolah Penulis, 2024

Melalui proses tersebut, karyawan diberikan pelatihan dan pengembangan yang relevan dengan kinerja pekerjaannya, sehingga diharapkan dapat menjalankan tanggung jawab pekerjaannya dengan sebaik - baiknya. (Abdul Aziz Sholeh et.al. 2024 :82) Memilih merupakan bagian dari suatu upaya pemecahan sekaligus sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu dibutuhkan keputusan pembelian yang tepat (Kristiawati Indriana et.al. 2019 : 28)

3. METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain penelitian

Desain penelitian adalah bagian krusial dalam suatu proses penelitian yang dapat mempengaruhi hasil yang diperoleh (Zainullah, 2020). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif analitik dan cross-sectional. Metode kuantitatif dipilih untuk mengukur dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan calon mahasiswa secara numerik dan statistik (Sugiyono, 2019). Pendekatan deskriptif analitik digunakan untuk memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tersebut, sekaligus menganalisis hubungan antar variabel yang diteliti (Zainuddin, 2020). Sementara itu, pendekatan cross-sectional digunakan untuk mengumpulkan data dalam

satu periode waktu, sehingga memberikan gambaran singkat mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan calon mahasiswa pada saat penelitian berlangsung (Setiawan, 2019).

B. Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh calon mahasiswa yang telah memulai proses pendaftaran di Universitas Swasta namun memutuskan untuk tidak melanjutkan hingga tahap registrasi akhir. Populasi adalah sekumpulan individu atau objek yang menjadi sasaran penelitian di mana peneliti bermaksud menarik kesimpulan (Sugiyono, 2019). Dalam hal ini, populasi mencakup calon mahasiswa dari berbagai program studi dan fakultas, tanpa memandang latar belakang pendidikan, asal daerah, atau faktor demografis lainnya. Definisi ini juga mencakup calon mahasiswa yang telah menyelesaikan beberapa tahapan pendaftaran tetapi memilih untuk tidak melanjutkan ke tahap final. Pemilihan populasi secara luas ini penting untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka (Notoatmodjo, 2018).

Sampel dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik stratified random sampling, di mana populasi dibagi ke dalam strata berdasarkan program studi atau fakultas yang dipilih oleh calon mahasiswa. Teknik pengambilan sampel ini dilakukan agar setiap strata terwakili secara proporsional, memastikan hasil penelitian mencerminkan karakteristik populasi secara keseluruhan (Sugiyono, 2019). Sampel yang digunakan adalah 200 responden, dengan setiap strata diwakili secara proporsional sesuai dengan jumlah calon mahasiswa dalam fakultas atau program studi masing-masing. Pemilihan sampel yang acak dalam setiap strata dilakukan untuk menghindari bias, memberikan peluang yang sama bagi setiap calon mahasiswa untuk terpilih sebagai responden, dan menghasilkan data yang dapat digeneralisasi secara luas (Notoatmodjo, 2018).

C. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melibatkan penggunaan kuesioner dan wawancara semi-struktur. Kuesioner dirancang dengan skala Likert untuk mengukur faktor-faktor ekonomi, akademis, psikologis, sosial, kelembagaan, dan kompetitif yang mempengaruhi keputusan calon mahasiswa (Sugiyono, 2019). Setelah uji coba, kuesioner didistribusikan secara online dan, jika perlu, secara fisik, kemudian dianalisis secara statistik (Sekaran & Bougie, 2019). Selain itu, wawancara semi-struktur dilakukan dengan 20 responden untuk memperoleh wawasan mendalam tentang alasan dan pengalaman pribadi terkait keputusan mereka untuk tidak melanjutkan registrasi (Creswell, 2018). Hasil wawancara ditranskripsikan dan dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi tema-tema

utama. Kombinasi kedua teknik ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan calon mahasiswa.

D. Teknik analisis data

Teknik analisis data dalam penelitian ini mencakup analisis kuantitatif dan kualitatif untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan calon mahasiswa. Data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik untuk menghitung frekuensi, rata-rata, dan distribusi dari setiap variabel, serta untuk melakukan uji statistik seperti regresi linier guna mengevaluasi hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan calon mahasiswa (Hair et al., 2019). Selain itu, data kualitatif yang diperoleh dari wawancara semi-struktur dianalisis dengan teknik analisis tematik, di mana transkripsi wawancara dipindai untuk mengidentifikasi tema-tema utama dan pola-pola yang relevan dengan keputusan calon mahasiswa (Braun & Clarke, 2006). Kombinasi analisis kuantitatif dan kualitatif ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh wawasan yang mendalam dan menyeluruh tentang faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keputusan calon mahasiswa untuk tidak melanjutkan registrasi.

4. HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi data demografi responden

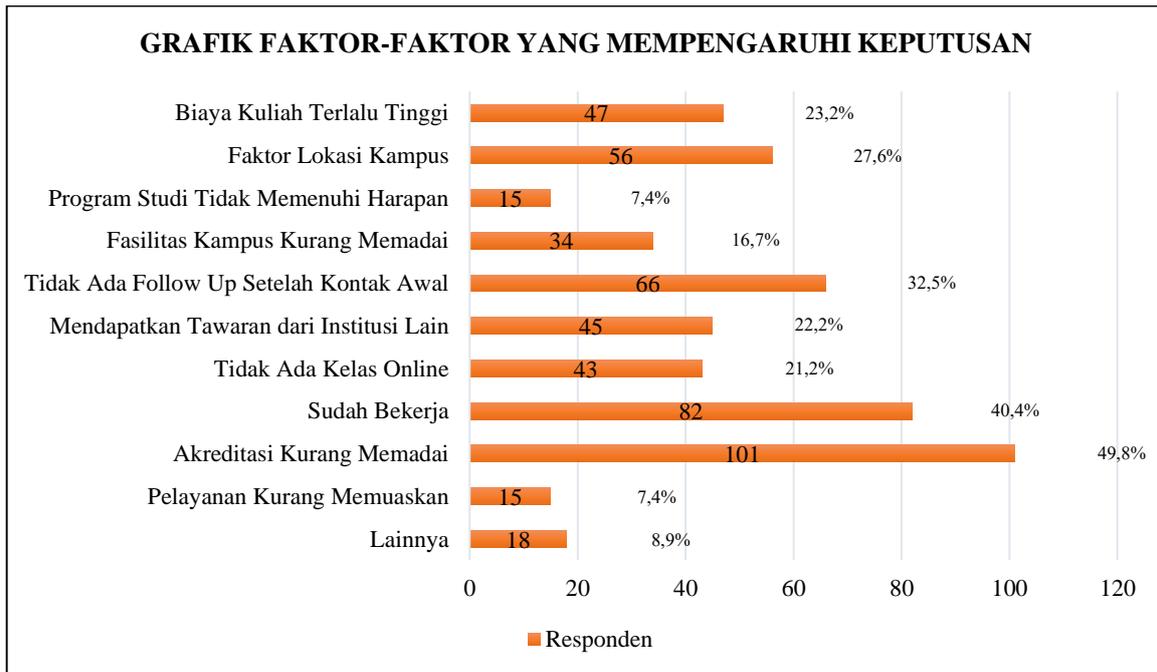
Penelitian ini melibatkan 203 responden yang merupakan calon mahasiswa baru salah satu Universitas Swasta di Bandung pada tahun 2022-2023 yang memutuskan untuk tidak melanjutkan registrasi. Berdasarkan jenis kelamin, responden terdiri dari 115 laki-laki (56,7%) dan 88 perempuan (43,3%). Dari segi usia, mayoritas responden berusia 17-19 tahun, yaitu sebanyak 135 orang (66,5%), diikuti oleh 54 responden (26,6%) berusia 20-22 tahun, dan 14 responden (6,9%) berusia lebih dari 22 tahun. Berdasarkan asal daerah, sebanyak 101 responden (49,8%) berasal dari Bandung dan sekitarnya, 68 responden (33,5%) berasal dari luar Bandung namun masih dalam wilayah Jawa Barat, dan 34 responden (16,7%) berasal dari luar Jawa Barat.

Dalam hal latar belakang pendidikan, mayoritas responden adalah lulusan SMA sebanyak 149 orang (73,4%), diikuti oleh lulusan SMK dengan jumlah 41 responden (20,2%), dan sisanya sebanyak 13 responden (6,4%) memiliki latar belakang pendidikan lain seperti paket C atau diploma. Alasan utama yang diungkapkan oleh responden dalam tidak melanjutkan registrasi di Universitas Swasta adalah faktor ekonomi atau biaya, yang disebutkan oleh 82 responden (40,4%). Selain itu, sebanyak 61 responden (30%) mengaku tidak lolos seleksi pada program studi pilihan mereka, 27 responden (13,3%) menyebutkan

masalah pribadi atau keluarga sebagai faktor penghambat, 20 responden (9,9%) memutuskan untuk memilih universitas lain, dan 13 responden (6,4%) memiliki alasan lain yang tidak termasuk dalam kategori yang telah disebutkan..

B. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan

Berdasarkan hasil survei terhadap 203 responden, terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan calon mahasiswa baru untuk tidak melanjutkan registrasi di Universitas Swasta pada tahun 2022-2023.



Sumber informasi : Diolah penulis, 2024

Sebanyak 47 dari 203 responden (23,2%) menyatakan bahwa biaya kuliah yang tinggi menjadi beban utama, sementara 56 dari 203 responden (27,6%) menganggap lokasi kampus yang kurang strategis atau terlalu jauh menjadi kendala. Selain itu, 15 dari 203 responden (7,4%) merasa bahwa program studi yang ditawarkan tidak sesuai dengan harapan mereka, dan 34 dari 203 responden (16,7%) menyebutkan fasilitas kampus yang kurang memadai sebagai alasan mereka tidak melanjutkan.

Faktor lain seperti kurangnya tindak lanjut dari pihak universitas setelah kontak awal (66 dari 203 responden, 32,5%), tidak adanya opsi kelas online (43 dari 203 responden, 21,2%), serta kesulitan membagi waktu antara kerja dan kuliah bagi mereka yang sudah bekerja (82 dari 203 responden, 40,4%) juga menjadi pertimbangan penting.

Lebih lanjut, 45 dari 203 responden (22,2%) memutuskan untuk tidak melanjutkan registrasi karena mendapatkan tawaran lebih baik dari institusi lain, baik dalam bentuk beasiswa, program studi, maupun fasilitas. Sebanyak 101 dari 203 responden (49,8%)

menyoroti akreditasi Universitas Swasta yang dianggap kurang memadai dibandingkan dengan universitas lain, yang turut memengaruhi keputusan mereka. Selain itu, 15 dari 203 responden (7,4%) merasa kurang puas dengan pelayanan selama proses pendaftaran, dan 18 dari 203 responden (8,9%) menyebutkan berbagai alasan lain, termasuk masalah pribadi dan perubahan rencana pendidikan..

C. Pembahasan hasil berdasarkan teori AIDA

Teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) menjelaskan proses pengambilan keputusan calon mahasiswa baru Universitas Swasta yang memutuskan untuk tidak melanjutkan registrasi. Pada tahap perhatian (attention), meskipun calon mahasiswa mengetahui tentang Universitas Swasta, sebanyak 32,5% responden menyebutkan bahwa kurangnya tindak lanjut setelah kontak awal membuat mereka kehilangan minat. Dalam tahap minat (interest), faktor lokasi kampus yang jauh atau tidak strategis mempengaruhi 27,6% responden, sementara ketiadaan opsi kelas online menjadi kendala bagi 21,2% calon mahasiswa yang menginginkan fleksibilitas dalam pembelajaran.

Tahap keinginan (desire) dipengaruhi oleh persepsi terhadap akreditasi universitas, di mana 49,8% responden merasa bahwa akreditasi Universitas Swasta kurang memadai, menurunkan minat mereka. Selain itu, biaya kuliah yang tinggi menghambat keinginan 23,2% responden, sementara fasilitas kampus yang dianggap kurang memadai oleh 16,7% responden juga menjadi penghalang. Pada tahap tindakan (action), faktor ekonomi dan pekerjaan mempengaruhi 40,4% responden untuk tidak melanjutkan studi, dan 22,2% memilih institusi lain yang menawarkan tawaran lebih baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Universitas Swasta perlu memperbaiki tindak lanjut, meningkatkan akreditasi, menawarkan fleksibilitas kelas online, dan meningkatkan fasilitas kampus guna meningkatkan jumlah pendaftar yang melanjutkan registrasi.

5. PEMBAHASAN

A. Interpretasi hasil penelitian

Penelitian terhadap 203 responden calon mahasiswa baru Universitas Swasta di Bandung periode 2022-2023 mengidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan mereka untuk tidak melanjutkan registrasi. Faktor ekonomi menjadi salah satu alasan utama, dengan 23,2% responden menyebutkan biaya kuliah yang terlalu tinggi sebagai kendala. Selain itu, lokasi kampus yang tidak strategis juga berpengaruh, dengan 27,6% responden merasa kampus terlalu jauh. Sementara itu, 21,2% menyatakan ketiadaan kelas online sebagai hambatan, mengindikasikan perlunya fleksibilitas dalam metode pembelajaran.

Faktor akreditasi universitas menjadi alasan terbesar, di mana 49,8% responden merasa akreditasi kurang memadai. Ini menunjukkan pentingnya peningkatan akreditasi dan citra akademik Universitas Swasta untuk menarik minat calon mahasiswa. Di sisi lain, kurangnya fasilitas kampus yang memadai menjadi kendala bagi 16,7% responden, sehingga universitas perlu berinvestasi dalam pengembangan fasilitas yang mendukung pembelajaran. Komunikasi yang kurang proaktif setelah kontak awal juga menjadi masalah, di mana 32,5% responden menyoroti kurangnya tindak lanjut dari pihak universitas.

Persaingan dengan institusi lain serta status pekerjaan calon mahasiswa turut berperan, dengan 22,2% responden memilih tawaran lebih menarik dari universitas lain, sementara 40,4% sudah bekerja dan kesulitan membagi waktu antara pekerjaan dan studi. Untuk mengatasi hal ini, Universitas Swasta perlu meningkatkan daya saingnya melalui program unggulan dan fasilitas menarik, serta menawarkan fleksibilitas melalui kelas malam atau pembelajaran jarak jauh.

B. Perbandingan dengan penelitian sebelumnya

Penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan calon mahasiswa untuk tidak melanjutkan registrasi di Universitas Swasta sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya. Faktor ekonomi menjadi penghambat utama, seperti yang ditemukan Hidayat (2018) di Universitas ABC, di mana 30% calon mahasiswa tidak melanjutkan registrasi karena biaya pendidikan. Di Universitas Swasta, 23,2% responden juga mengungkapkan hal serupa. Ini menunjukkan bahwa biaya kuliah secara konsisten menjadi kendala besar bagi calon mahasiswa di berbagai universitas.

Akreditasi universitas juga menjadi faktor penting dalam keputusan calon mahasiswa. Penelitian Wahyuni (2020) di Universitas DEF menunjukkan bahwa 45% responden memperhitungkan akreditasi sebagai pertimbangan utama, sejalan dengan Universitas Swasta, di mana 49,8% responden menyatakan hal serupa. Selain itu, fasilitas kampus yang memadai juga berperan penting, sebagaimana diungkapkan oleh Santoso (2017) di Universitas GHI, dengan 20% responden menyebutkan kekurangan fasilitas. Di Universitas Swasta, 16,7% responden merasakan hal yang sama.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan calon mahasiswa adalah lokasi kampus dan kurangnya komunikasi dari universitas. Rahmawati (2021) menemukan bahwa 25% calon mahasiswa mempertimbangkan jarak kampus, mirip dengan hasil di Universitas Swasta yang mencapai 27,6%. Ketiadaan kelas online juga menjadi kendala bagi 21,2% responden. Selain itu, kurangnya komunikasi dari pihak universitas menjadi masalah yang diungkapkan oleh

32,5% responden di Universitas Swasta, sejalan dengan hasil penelitian Prasetyo (2019) di Universitas MNO..

C. Implikasi teoritis dan praktis

Penelitian ini memperkuat relevansi teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) dalam pemasaran pendidikan tinggi, di mana universitas harus menarik perhatian, membangun minat, menciptakan keinginan, dan mendorong tindakan calon mahasiswa. Akreditasi dan reputasi universitas terbukti menjadi faktor penting dalam keputusan pendaftaran, mengonfirmasi bahwa calon mahasiswa sangat mempertimbangkan kualitas dan prospek karier yang ditawarkan. Selain itu, fleksibilitas pembelajaran, seperti ketersediaan kelas online, semakin penting, terutama di era digital. Terakhir, biaya kuliah tetap menjadi faktor signifikan yang memengaruhi aksesibilitas pendidikan tinggi, sejalan dengan teori ekonomi pendidikan.

Universitas Swasta perlu memperbaiki strategi komunikasi dengan calon mahasiswa melalui tindak lanjut yang lebih proaktif, terutama setelah kontak awal. Selain itu, pengembangan kelas online dan program hybrid harus diprioritaskan untuk memberikan fleksibilitas bagi mahasiswa yang bekerja atau tinggal jauh. Peningkatan akreditasi dan reputasi universitas juga penting agar lebih kompetitif, didukung dengan penawaran beasiswa dan bantuan keuangan guna meringankan beban biaya kuliah. Investasi dalam fasilitas kampus, seperti laboratorium dan ruang belajar, akan meningkatkan daya tarik, sementara penawaran program yang lebih kompetitif, seperti magang dan kerjasama industri, akan membantu universitas bersaing dengan institusi lain.

Memilih merupakan bagian dari suatu upaya pemecahan sekaligus sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu dibutuhkan keputusan pembelian yang tepat (Kristiawati Indriana et.al. 2019 : 28)

6. KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, ditemukan bahwa faktor akreditasi yang kurang memadai merupakan alasan utama yang mempengaruhi keputusan calon mahasiswa salah satu Universitas Swasta di Bandung untuk tidak melanjutkan registrasi, dengan 49,8% atau 101 responden menyebutkan faktor ini sebagai yang paling berpengaruh. Faktor lain yang juga signifikan meliputi kurangnya tindak lanjut dari pihak universitas (32,5%), lokasi kampus yang kurang strategis (27,6%), dan biaya kuliah yang dianggap terlalu tinggi (23,2%). Sementara itu, faktor pelayanan yang kurang memuaskan memiliki pengaruh paling rendah, hanya sebesar 7,4%. Temuan ini mengindikasikan bahwa aspek akreditasi, fasilitas, komunikasi, dan biaya

merupakan elemen penting dalam pengambilan keputusan calon mahasiswa untuk melanjutkan registrasi di salah satu Universitas Swasta di Bandung Tahun 2022-2023.

B. Saran

Sebagai tindak lanjut atas temuan penelitian ini, salah satu Universitas Swasta di Bandung disarankan untuk melakukan peningkatan pada beberapa aspek kunci. Peningkatan akreditasi harus menjadi prioritas utama, dengan memperkuat kualitas akademik, kurikulum, dan kerja sama dengan institusi lain guna meningkatkan daya saing Universitas di tingkat nasional dan internasional. Selain itu, pengembangan fasilitas kampus juga penting untuk meningkatkan kenyamanan dan kualitas lingkungan belajar. Di sisi lain, universitas swasta ini harus memperbaiki sistem komunikasi dan tindak lanjut kepada calon mahasiswa, agar lebih responsif dan informatif selama proses pendaftaran. Penyediaan program pembelajaran yang fleksibel, seperti kelas online atau hybrid, juga diperlukan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan mahasiswa yang bekerja atau memiliki kendala geografis. Terakhir, peningkatan akses terhadap beasiswa dan bantuan keuangan perlu dipertimbangkan untuk meringankan beban calon mahasiswa terkait biaya pendidikan, sehingga dapat meningkatkan daya tarik universitas bagi segmen yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelina Proboyo, & Soedarsono, R. (2019). Influential factors in choosing higher education institution: A case study of a private university in Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 1–7. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.9.1.1-7>
- Aziz Sholeh, A., et al. (2024). Kompensasi terhadap motivasi kerja karyawan pada PT. Insolent Raya di Surabaya. *Journal of Management and Creative Business*, 2(1), 82–96.
- Elfrida, M. (2016). Factors that influence university choice of Albanian students. *European Scientific Journal*, 11(16), 1–11. <https://doi.org/10.19044/esj.2016.v11n16p%XX> (Jika tersedia, cantumkan DOI atau URL; jika tidak, bagian ini dapat dihapus)
- Harahap, F. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan akuntansi sebagai tempat kuliah di universitas di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 2(2), 1–12.
- Ismanto, J. (2017). Analisis pengaruh persepsi mahasiswa pada unsur-unsur bauran pemasaran terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi IPWIJA program S2 (Pascasarjana). *Econosains: Jurnal Online Ekonomi dan Pendidikan*, 15(1), 125–143.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education Limited.

- Kristiawati, D., et al. (2019). Citra merek, persepsi harga dan nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian pada Mini Market Indomaret Lontar Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen (JMM 17)*, 6(2), 27–36.
- Meilyaningsih, E. (2019). Analisis faktor pengambilan keputusan mendaftar di institusi pendidikan tinggi swasta. [Nama jurnal tidak disebutkan – mohon lengkapi].
- Nugroho, F. (2019). Pengaruh minat dan kesesuaian program studi terhadap keputusan registrasi calon mahasiswa di Universitas Y. *Jurnal Pendidikan Tinggi*, 11(1), 45–59.
- Purwanti, E. (2015). Analisis faktor-faktor pengambilan keputusan mahasiswa memilih STIE “AMA” Salatiga. *AMA Salatiga*, 8(6), 40–54.
- Saputro, M. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih program studi. *Jurnal Pendidikan Informatika dan Sains*, 6(1), 83–94.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.