

**OPTIMASI STRATEGI OPERASIONAL DAN PEMASARAN PERGURUAN TINGGI  
MELALUI PEMODELAN SISTEM DINAMIS DAN ANALISIS STATISTIK  
PREFERENSI MAHASISWA BARU DI WILAYAH MOJOKERTO**

**Fajar Budiyanto<sup>1</sup>, Sugeng Eko Yuli Waluyo<sup>2</sup>, Zenita Afifah Fitriyani<sup>3</sup>, Mokhammad Ridha<sup>4</sup>, Ahfi Nova Ashriana<sup>5</sup>**

Universitas Mayjen Sungkono<sup>1,2,3,4,5</sup>

e-mail: [fajarquantum@gmail.com](mailto:fajarquantum@gmail.com)

**ABSTRAK**

Tingginya persaingan antar perguruan tinggi di wilayah Mojokerto Raya mendorong institusi pendidikan tinggi untuk menyusun strategi operasional dan pemasaran yang lebih adaptif dan berbasis data. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh berbagai faktor—meliputi faktor internal, eksternal, akademik, non-akademik, teknologi dan informasi, serta sosial dan ekonomi—terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan 100 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan SmartPLS untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing faktor. Hasil menunjukkan bahwa faktor internal, akademik, serta teknologi dan informasi memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan mahasiswa, sedangkan faktor eksternal, non-akademik, dan sosial ekonomi tidak signifikan. Penelitian ini juga memanfaatkan pendekatan sistem dinamis untuk mensimulasikan interaksi antar variabel strategis, memberikan wawasan bagi pengambil kebijakan dalam merancang strategi jangka panjang berbasis preferensi mahasiswa. Temuan ini memperkuat pentingnya pemahaman terhadap faktor-faktor psikologis dan digital dalam optimalisasi strategi operasional dan pemasaran perguruan tinggi di era kompetitif saat ini.

**Kata Kunci:** *strategi operasional dan pemasaran, pemodelan sistema dinamis, análisis statistik*

**ABSTRACT**

The growing competition among higher education institutions in Mojokerto Raya compels universities to develop more adaptive and data-driven operational and marketing strategies. This study aims to analyze the influence of various factors—including internal, external, academic, non-academic, technological and informational, as well as socio-economic—on students' decisions in selecting a university. A quantitative approach was employed with 100 respondents selected using purposive sampling. Data were analyzed using SmartPLS to examine the significance of each factor's influence. The results show that internal factors, academic quality, and information technology have a significant impact on students' decisions, while external, non-academic, and socio-economic factors are not statistically significant. This research also applies a system dynamics approach to simulate the interactions among strategic variables, providing insights for policymakers in designing long-term strategies based on student preferences. These findings highlight the importance of understanding psychological and digital considerations in optimizing operational and marketing strategies for higher education institutions in today's competitive landscape.

**Keywords:** *Operational and marketing strategies, System dynamics modeling, Statistical analysis*

## PENDAHULUAN

Keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi merupakan langkah krusial yang memengaruhi masa depan pendidikan dan karier mereka. Hal itu dikarenakan pendidikan karir adalah langkah utama dalam membentuk karakter dan kepribadian dalam mencerdaskan kehidupan bangsa (Suryatmojo & Fitriyani, 2023). Proses ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Faktor internal mencakup minat, bakat, cita-cita, kemampuan akademik, dan kemandirian finansial siswa. Sementara itu, faktor eksternal meliputi reputasi perguruan tinggi, lokasi, pengaruh keluarga, teman sebaya, serta biaya kuliah. Selain itu, faktor akademik seperti kualitas program studi, dosen, dan fasilitas, serta faktor non-akademik seperti kegiatan ekstrakurikuler, lingkungan kampus, dan kerjasama industri, turut menjadi pertimbangan penting. Perkembangan teknologi dan informasi, termasuk promosi digital dan sistem penerimaan mahasiswa baru, juga memainkan peran signifikan dalam proses ini. Faktor sosial dan ekonomi, seperti daya saing lulusan dan biaya hidup, tidak kalah pentingnya dalam memengaruhi keputusan siswa.

Di wilayah Kota dan Kabupaten Mojokerto, terdapat sejumlah institusi pendidikan tinggi yang menjadi pilihan bagi lulusan SMA. Hal itu dikarenakan pendidikan tinggi sering kali diperbandingkan dalam satu wilayah, karena masyarakat memiliki pertimbangan dimana akan memilih pendidikan tinggi (Fitriyani & Dewi, 2024). Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Timur, jumlah mahasiswa di bawah Kementerian Agama di Kabupaten Mojokerto pada tahun akademik 2021/2022 tercatat sebanyak 1.139 mahasiswa, dan meningkat menjadi 1.342 mahasiswa pada tahun akademik 2022/2023 (BPSProvJatim, 2023). Sementara itu, di Kota Mojokerto, jumlah pelajar/mahasiswa tercatat sebanyak 27.024 orang (BPSKotaMojokerto, 2024).

Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di wilayah Mojokerto menjadi penting untuk pengembangan strategi pendidikan yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor internal, eksternal, akademik, non-akademik, teknologi dan informasi, serta sosial dan ekonomi terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di wilayah Mojokerto. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para pemangku kepentingan dalam meningkatkan kualitas dan daya tarik perguruan tinggi, serta membantu siswa dalam membuat keputusan yang tepat sesuai dengan potensi dan aspirasi mereka.

Keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi adalah langkah penting yang menentukan masa depan pendidikan dan karier mereka. Proses ini melibatkan berbagai faktor yang saling memengaruhi. Faktor internal seperti minat, bakat, cita-cita, kemampuan akademik, dan kemandirian finansial memengaruhi motivasi individu. Di sisi lain, faktor eksternal, seperti reputasi perguruan tinggi, lokasi, pengaruh keluarga, teman sebaya, serta biaya kuliah, juga memainkan peran yang signifikan. Selain itu, kualitas faktor akademik seperti program studi, dosen, dan fasilitas menjadi daya tarik utama. Namun, faktor non-akademik, seperti kegiatan ekstrakurikuler, lingkungan kampus, dan kerjasama industri, juga memiliki peran penting. Di era digital, faktor teknologi dan informasi, seperti promosi digital dan sistem penerimaan mahasiswa baru yang mudah diakses, mempermudah siswa dalam memilih perguruan tinggi. Akhirnya, faktor sosial dan ekonomi, seperti biaya hidup dan prospek daya saing lulusan, menjadi pertimbangan kritis dalam keputusan ini.

Wilayah Kota dan Kabupaten Mojokerto memiliki karakteristik unik dalam pendidikan tinggi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah mahasiswa di Kabupaten Mojokerto di bawah Kementerian Agama meningkat dari 1.139 pada tahun akademik 2021/2022 menjadi 1.342 pada 2022/2023. Di Kota Mojokerto, jumlah pelajar dan mahasiswa

tercatat sebanyak 27.024 orang pada semester II tahun 2022. Hal ini menunjukkan adanya minat yang signifikan terhadap pendidikan tinggi di wilayah tersebut.

Persaingan antar perguruan tinggi di Indonesia semakin meningkat seiring bertambahnya jumlah institusi pendidikan tinggi, baik negeri maupun swasta. Di tengah kondisi ini, perguruan tinggi dituntut untuk memiliki strategi operasional dan pemasaran yang adaptif serta berbasis kebutuhan pasar. Salah satu tantangan utamanya adalah menyesuaikan diri dengan preferensi mahasiswa baru yang terus berubah, terutama di wilayah seperti Mojokerto yang memiliki karakteristik demografis dan kultural tersendiri. Perguruan tinggi yang mampu memahami secara mendalam apa yang menjadi pertimbangan utama calon mahasiswa—baik dari aspek akademik, fasilitas, biaya, maupun reputasi—akan memiliki keunggulan dalam menarik minat dan mempertahankan jumlah pendaftar (Kotler & Keller, 2016).

Optimalisasi strategi operasional berfokus pada efisiensi dalam proses internal, seperti pendaftaran, pelayanan akademik, dan pengelolaan sumber daya. Sementara itu, strategi pemasaran mencakup bagaimana sebuah institusi memposisikan diri, membentuk citra, dan menyampaikan nilai yang relevan kepada calon mahasiswa. Dalam praktiknya, kedua strategi ini saling terkait dan membutuhkan dukungan data yang akurat. Oleh karena itu, pendekatan berbasis analisis statistik dan pemodelan sistem dinamis menjadi penting dalam merancang kebijakan strategis. Dengan menggunakan data preferensi mahasiswa secara kuantitatif, perguruan tinggi dapat merancang simulasi strategi yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan (Anderson et al., 2024). Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran strategis bagi perguruan tinggi di Mojokerto dalam meningkatkan daya saing mereka melalui pemahaman berbasis data terhadap kebutuhan dan harapan mahasiswa baru.

Dalam penelitian ini, pemodelan sistem dinamis digunakan sebagai pendekatan untuk memahami dan mensimulasikan interaksi kompleks antar variabel dalam strategi operasional dan pemasaran perguruan tinggi, khususnya terkait preferensi mahasiswa baru di wilayah Mojokerto. Sistem dinamis merupakan suatu pendekatan kuantitatif yang dikembangkan oleh Jay W. Forrester untuk menganalisis perilaku sistem yang berubah sepanjang waktu melalui hubungan umpan balik (feedback), penundaan waktu (time delay), dan akumulasi (stock & flow). Dalam konteks ini, variabel seperti anggaran promosi, persepsi calon mahasiswa, tingkat konversi pendaftaran, dan kepuasan layanan dapat dimodelkan sebagai elemen-elemen dinamis yang saling memengaruhi. Dengan membangun model berbasis kausalitas menggunakan diagram stock-flow dan menerapkan simulasi berbasis waktu, strategi alternatif dapat diuji untuk memproyeksikan dampaknya secara kuantitatif. Pendekatan ini tidak hanya memungkinkan pengambilan keputusan berbasis data, tetapi juga memberi wawasan terhadap perilaku jangka panjang sistem pendidikan tinggi dalam menghadapi dinamika preferensi calon mahasiswa. Teori ini merujuk pada karya Forrester dalam bukunya *"Industrial Dynamics"* dan pengembangan aplikatifnya oleh Sterman (2000) dalam *"Business Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex World"*.

Analisis statistik adalah proses ilmiah yang digunakan untuk mengolah dan menafsirkan data guna menarik kesimpulan yang dapat dijustifikasi secara kuantitatif. Dalam penelitian sosial dan bisnis, analisis statistik memungkinkan peneliti memahami hubungan antar variabel, mengidentifikasi pola data, dan membuat prediksi berbasis probabilitas. Statistik terdiri dari dua cabang utama: **statistik deskriptif**, yang menyajikan data dalam bentuk ringkasan numerik atau grafik, dan **statistik inferensial**, yang memungkinkan penarikan kesimpulan atau pengujian hipotesis terhadap populasi berdasarkan data sampel. Dalam praktiknya, metode statistik seperti regresi, analisis varians, atau uji chi-square sering digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan berbasis data, termasuk dalam konteks pemasaran dan manajemen pendidikan (Anderson et al., 2018).

Strategi operasional merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang dirancang untuk mendukung pelaksanaan strategi bisnis melalui pengelolaan sumber daya, proses, dan kapabilitas internal organisasi secara efektif. Dalam konteks institusi pendidikan tinggi, strategi operasional mencakup pengelolaan proses pendaftaran, penyediaan layanan akademik dan administratif, serta efisiensi dalam penggunaan anggaran dan infrastruktur. Sementara itu, strategi pemasaran berkaitan dengan upaya organisasi dalam mengidentifikasi kebutuhan pasar, membangun nilai bagi pelanggan, serta mengkomunikasikan dan mengantarkan proporsi nilai tersebut dengan efektif. Kotler dan Keller (2016) menekankan bahwa strategi pemasaran modern tidak hanya berfokus pada promosi dan bauran produk (marketing mix), tetapi juga pada pendekatan berbasis hubungan jangka panjang (relationship marketing) dan pemanfaatan data preferensi konsumen untuk pengambilan keputusan. Dalam konteks perguruan tinggi, strategi pemasaran mencakup segmentasi calon mahasiswa, penyesuaian pesan promosi sesuai preferensi dan perilaku target, serta pembangunan citra institusi yang kredibel dan relevan dengan kebutuhan pasar pendidikan lokal.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan hubungan pengaruh faktor internal, faktor eksternal, faktor akademik, faktor non-akademik, faktor teknologi dan informasi, serta faktor sosial dan ekonomi terhadap keputusan mahasiswa di wilayah Mojokerto dalam memilih perguruan tinggi, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai prioritas dan pertimbangan siswa serta menjadi acuan bagi perguruan tinggi dalam menyusun strategi promosi dan peningkatan mutu layanan pendidikan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei dimana dilakukan dengan menelaah, menggambarkan dan menentukan serta menjelaskan kondisi dan fenomena di lapangan (Waluyo et al., 2022), sehingga dalam penelitian ini peneliti melakukan analisis faktor-faktor yang memengaruhi mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di wilayah Mojokerto dengan responden mahasiswa yang sedang kuliah di wilayah Mojokerto. Populasi berupa mahasiswa yang berasal dari Mojokerto dan saat ini kuliah di perguruan tinggi di wilayah Mojokerto. Sampel diambil 100 responden ditentukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu mahasiswa yang memenuhi kriteria populasi. Sehingga peneliti sengaja memilih sampel yang dianggap paling relevan dan sesuai dengan tujuan dari penelitian yang dilakukan (Budiyanto & Fitriyani, 2024) Rujukan Data: Berdasarkan data BPS, jumlah mahasiswa di Kabupaten Mojokerto tercatat 1.342 mahasiswa di bawah Kementerian Agama pada tahun 2022/2023, dan di Kota Mojokerto tercatat sebanyak 27.024 pelajar/mahasiswa pada tahun 2022 (BPS Jawa Timur, 2023).

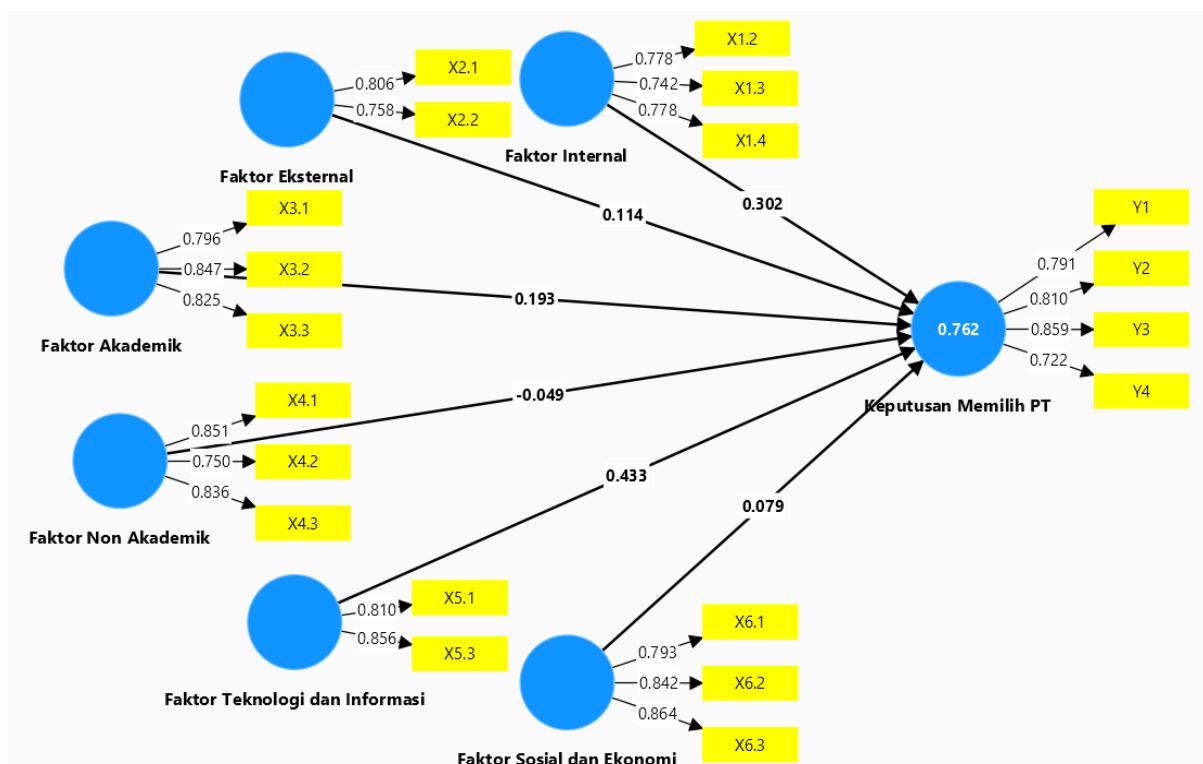
Penelitian ini mengukur enam faktor utama: Faktor Internal: minat, bakat, cita-cita, kemampuan akademik, kemandirian finansial, Faktor Eksternal: reputasi perguruan tinggi, lokasi, keluarga, teman sebaya, biaya kuliah. Faktor Akademik: program studi, dosen, fasilitas akademik, Faktor Non-Akademik: kegiatan ekstrakurikuler, lingkungan kampus, kerjasama industri, Faktor Teknologi dan Informasi: promosi digital, sistem penerimaan mahasiswa baru., Faktor Sosial dan Ekonomi: biaya hidup, daya saing lulusan, Keputusan Memilih Perguruan Tinggi (variabel dependen). Data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan skala Rating 1–6 (sangat tidak setuju hingga sangat setuju). Survei dilakukan secara online menggunakan Google Forms dan melalui distribusi kuesioner cetak kepada responden yang sesuai dengan kriteria sampel. Pengolahan data awal berupa data kuesioner diinput ke dalam spreadsheet untuk pembersihan dan kodifikasi. Analisis data melakukan uji validitas dan reliabilitas: Dilakukan dengan SmartPLS untuk memastikan instrumen layak. Analisis faktor dan model pengukuran dengan menguji validitas konvergen dan diskriminan, mengukur reliabilitas Copyright (c) 2025 CENDEKIA : Jurnal Ilmu Pengetahuan

variabel menggunakan nilai *Composite Reliability* (CR) dan *Average Variance Extracted* (AVE). Analisis model structural dengan menggunakan teknik *bootstrapping* di SmartPLS untuk mendapatkan *path coefficient* dan signifikansi hubungan antar variabel, dan mengukur kekuatan hubungan antar variabel laten melalui nilai  $R^2$ .

Pertama membuat diagram jalur variabel laten. Kedua melakukan pengolahan data dengan algoritma PLS untuk menguji hubungan antara faktor internal, eksternal, akademik, non-akademik, teknologi, dan ekonomi terhadap keputusan memilih perguruan tinggi. Ketiga, menilai kualitas model melalui nilai *goodness-of-fit*, seperti SRMR, dan signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran tentang faktor dominan yang memengaruhi mahasiswa Mojokerto dalam memilih perguruan tinggi, serta rekomendasi strategis untuk peningkatan daya tarik pendidikan tinggi di wilayah tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil



**Gambar 1. Model Penelitian Keputusan Memilih Perguruan Tinggi**

Model penelitian pada Gambar 1 secara komprehensif menguraikan berbagai antecedent yang memengaruhi keputusan dalam memilih perguruan tinggi. Berdasarkan hasil analisis, model ini memiliki kekuatan prediksi yang sangat tinggi, di mana kombinasi seluruh faktor mampu menjelaskan sebesar 76.2% dari variabilitas pada variabel keputusan memilih perguruan tinggi. Secara spesifik, faktor teknologi dan informasi tampil sebagai prediktor dengan pengaruh positif paling dominan, ditunjukkan oleh koefisien jalur sebesar 0.433, yang menandakan perannya yang sangat vital. Pengaruh positif kuat lainnya datang dari faktor internal (0.302) dan faktor akademik (0.193), yang menggarisbawahi pentingnya persepsi dan kualitas akademik. Sementara itu, faktor eksternal (0.114) serta faktor sosial dan ekonomi (0.079) juga berkontribusi secara positif meskipun dengan kekuatan yang lebih rendah. Temuan

menarik adalah pengaruh negatif yang sangat kecil dan dapat diabaikan dari faktor non akademik (-0,049), mengisyaratkan bahwa atribut non akademik bukan merupakan pertimbangan utama dalam konteks pengambilan keputusan ini.

**Tabel 1. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis (*Path Coefficient*)**

Faktor	T stats	P value
Faktor Internal terhadap Keputusan Memilih PT	3,882	0,000
Faktor Eksternal terhadap Keputusan Memilih PT	1,555	0,123
Faktor Akademik terhadap Keputusan Memilih PT	2,137	0,035
Faktor Non Akademik terhadap Keputusan Memilih PT	0,592	0,555
Faktor Teknologi dan Informasi terhadap Keputusan Memilih PT	5,539	0,000
Faktor Sosial dan Ekonomi terhadap Keputusan Memilih PT	1,147	0,254

Tabel 1 menyajikan ringkasan hasil pengujian hipotesis yang bertujuan untuk memverifikasi pengaruh dari berbagai faktor terhadap keputusan memilih perguruan tinggi. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa tiga dari enam hipotesis yang diajukan dapat diterima karena memenuhi kriteria signifikansi. Faktor teknologi dan informasi terbukti memiliki pengaruh positif dan paling signifikan dengan nilai T statistik tertinggi sebesar 5,539 dan P value 0,000. Dukungan signifikan juga ditemukan pada faktor internal (T statistik 3,882; P value 0,000) dan faktor akademik (T statistik 2,137; P value 0,035), di mana nilai P value keduanya berada di bawah ambang batas 0,05. Sebaliknya, tiga faktor lain yaitu faktor eksternal (P value 0,123), faktor non akademik (P value 0,555), dan faktor sosial dan ekonomi (P value 0,254) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik, sehingga hipotesis terkait pengaruhnya ditolak.

### Pembahasan

Data diatas bisa kita terjemahkan secara bebas bahwa dilihat dari faktor internal terhadap keputusan memilih perguruan tinggi T stats sebesar 3,882 dan P value sebesar 0,000. Hal ini bisa kita interpretasikan bahwa  $T \text{ stats} > 1,96$  dan  $P \text{ value} < 0,05$  menunjukkan bahwa faktor internal memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan memilih perguruan tinggi. Hal ini mencakup minat, bakat, cita-cita, kemampuan akademik, dan kemandirian finansial siswa. Sedangkan dari faktor Eksternal terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi menunjukkan angka T stats sebesar 1,555 dan P value sebesar 0,123. Angka ini bisa kita interpretasikan menjadi  $T \text{ stats} < 1,96$  dan  $P \text{ value} > 0,05$  menunjukkan bahwa faktor eksternal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih perguruan tinggi. Hal ini berarti aspek seperti lokasi, reputasi perguruan tinggi, dan pengaruh keluarga atau teman tidak menjadi prioritas utama bagi siswa.

Sedangkan untuk faktor Akademik terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi ditunjukkan dengan T stats sebesar 2,137 dan P value sebesar 0,035. Interpretasinya adalah  $T$

*stats* > 1,96 dan *P value* < 0,05 menunjukkan bahwa faktor akademik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih perguruan tinggi. Hal ini berarti siswa mempertimbangkan aspek akademik seperti program studi, kualitas dosen, dan fasilitas pendidikan saat memilih perguruan tinggi. Untuk faktor Non-Akademik terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi ditunjukkan pada nilai *T stats* sebesar 0,592 dan *P value* sebesar 0,555. Interpretasinya adalah *T stats* < 1,96 dan *P value* > 0,05 menunjukkan bahwa faktor non-akademik tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih perguruan tinggi. Kegiatan ekstrakurikuler, lingkungan kampus, dan kerjasama industri tidak menjadi pertimbangan utama.

Faktor Teknologi dan Informasi terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi menunjukkan nilai *T stats* sebesar 5,539 sedangkan nilai *P value* sebesar 0,000. Artinya adalah bahwa *T stats* > 1,96 dan *P value* < 0,05 menunjukkan bahwa faktor teknologi dan informasi memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan memilih perguruan tinggi. Untuk aspek seperti promosi digital dan sistem penerimaan mahasiswa baru yang transparan menjadi daya tarik utama. Sedangkan faktor Sosial dan Ekonomi terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi menunjukkan nilai *T stats* sebesar 1,147 dan nilai *P value* sebesar 0,254. Hal ini dapat diinterpretasikan *T stats* < 1,96 dan *P value* > 0,05 menunjukkan bahwa faktor sosial dan ekonomi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih perguruan tinggi. Sedangkan biaya hidup dan daya saing lulusan kurang menjadi pertimbangan dominan.

### **Analisis dan Pembahasan Data Faktor Internal terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi**

Analisis Statistik untuk nilai *T stats* sebesar 3,882. Nilai *T stats* lebih besar dari 1,96, menunjukkan bahwa faktor internal memiliki pengaruh signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Pada nilai *P value* sebesar 0,000 merupakan nilai *P value* yang jauh lebih kecil dari 0,05 mendukung hipotesis bahwa faktor internal secara signifikan memengaruhi keputusan siswa dalam memilih perguruan tinggi. Faktor internal mencakup elemen-elemen berikut. Pertama adalah Minat dan Bakat. Siswa cenderung memilih perguruan tinggi yang menawarkan program studi sesuai dengan minat dan bakat mereka. Misalnya, siswa yang berbakat dalam seni mungkin lebih memilih perguruan tinggi yang unggul di bidang seni atau desain. Kedua adalah faktor Cita-Cita dan Karier. Pemilihan perguruan tinggi sering dikaitkan dengan tujuan jangka panjang, seperti profesi yang ingin dicapai. Siswa dengan cita-cita jelas akan lebih selektif dalam memilih institusi yang dapat mendukung mereka mencapai tujuan tersebut. Ketiga adalah faktor Kemampuan Akademik. Siswa dengan kemampuan akademik tertentu cenderung memilih perguruan tinggi yang memiliki reputasi baik di bidang yang sesuai dengan keahlian mereka. Yang keempat adalah faktor Kemandirian Finansial. Kemandirian finansial siswa memengaruhi keputusan untuk memilih perguruan tinggi. Beasiswa, subsidi, atau skema pembiayaan menjadi pertimbangan penting.

Hasil analisa ini sesuai dengan berbagai penelitian terdahulu. Menurut Soutar, G. N., & Turner (2002) menyatakan bahwa minat pribadi dan tujuan karier adalah faktor dominan dalam pemilihan perguruan tinggi. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Kusumawati, 2013) menemukan bahwa motivasi intrinsik siswa, seperti cita-cita dan pengembangan diri, memiliki pengaruh signifikan terhadap pemilihan perguruan tinggi. Relevansi bagi Perguruan Tinggi di Mojokerto adalah Perguruan Tinggi di Mojokerto dapat meningkatkan daya tarik mereka dengan menyediakan layanan bimbingan karier, program beasiswa, serta memperkenalkan program studi yang sesuai dengan minat lokal siswa. Sedangkan Implikasi untuk Strategi Pemasaran salah satunya adalah Strategi promosi perguruan tinggi perlu menyoroti bagaimana program studi mereka mendukung cita-cita siswa dan memberikan peluang karier yang menjanjikan.

Faktor internal memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi, dengan nilai *T stats* sebesar 3,882 dan *P value* 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa siswa lebih mengutamakan minat pribadi, cita-cita, kemampuan akademik, dan pertimbangan finansial dalam membuat keputusan ini. Rekomendasi untuk perguruan tinggi hendaknya dilakukan Pengembangan Program Studi seperti menawarkan program studi yang beragam dan sesuai dengan minat siswa di wilayah Mojokerto. dan penekanan pada relevansi pasar kerja harus diperkuat. Selain itu Layanan Pendukung Karier perlu diperhatikan seperti menyediakan fasilitas bimbingan karier untuk membantu siswa memahami pilihan mereka. Juga tentang Beasiswa dan Dukungan Finansial, perguruan tinggi hendaknya memberikan akses lebih luas kepada siswa dengan kebutuhan finansial agar kemandirian mereka dapat didukung.

### **Analisis dan Pembahasan Data Faktor Eksternal terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi**

Analisis Statistik faktor eksternal menunjukkan bahwa *T stats*: 1,555. Nilai *T stats* lebih kecil dari 1,96, yang menunjukkan bahwa faktor eksternal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih perguruan tinggi pada tingkat kepercayaan 95%. Sedangkan nilai *P value*: 0,123. Nilai *P value* lebih besar dari 0,05, yang berarti bahwa hubungan antara faktor eksternal dan keputusan memilih perguruan tinggi tidak signifikan secara statistik. Faktor eksternal yang diteliti pertama adalah Reputasi Perguruan Tinggi. Meski penting, data menunjukkan bahwa reputasi perguruan tinggi tidak memiliki pengaruh signifikan secara statistik dalam konteks penelitian ini. Kedua adalah Lokasi Perguruan Tinggi. Kedekatan geografis sering menjadi pertimbangan, tetapi dalam penelitian ini, lokasi tidak menjadi faktor utama yang signifikan. Ketiga adalah Keluarga dan Teman Sebaya. Peran keluarga dan rekomendasi teman sebaya dianggap penting, namun tidak terbukti memiliki pengaruh signifikan dalam menentukan keputusan mahasiswa di wilayah Mojokerto. Dan yang terakhir adalah faktor Biaya Kuliah. Meski biaya kuliah adalah faktor penting, dalam penelitian ini, faktor ini tidak memberikan kontribusi signifikan pada pengambilan keputusan siswa.

Menurut (Hemsley-Brown, J., & Oplatka, 2015), pengaruh faktor eksternal seperti reputasi perguruan tinggi sering kali bergantung pada persepsi siswa dan keluarga. Dalam beberapa kasus, pengaruh ini menjadi lebih signifikan ketika faktor internal kurang menonjol. Begitu pula (Soutar, G. N., & Turner, 2002) menunjukkan bahwa lokasi dan rekomendasi keluarga atau teman berperan lebih besar dalam kelompok siswa tertentu, tetapi tidak menjadi faktor dominan di semua populasi. Relevansi bagi Perguruan Tinggi di Mojokerto adalah bahwa Perguruan tinggi di Mojokerto dapat lebih fokus pada pengembangan faktor internal dan akademik, karena faktor eksternal seperti lokasi dan reputasi tidak terbukti signifikan dalam penelitian ini. Sedangkan Implikasi Strategi Pemasaran adalah Perguruan tinggi dapat menekankan aspek-aspek intrinsik, seperti keunggulan akademik dan fasilitas, alih-alih terlalu bergantung pada promosi reputasi atau pengaruh eksternal lainnya.

Faktor eksternal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di Mojokerto, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai *T stats* sebesar 1,555 dan *P value* 0,123. Hal ini mengindikasikan bahwa siswa lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti internal atau teknologi dibandingkan dengan faktor eksternal. Rekomendasi untuk perguruan tinggi pertama fokus pada Faktor Internal dan Akademik. Perguruan tinggi perlu meningkatkan daya saing melalui program-program yang mendukung minat siswa dan kualitas pendidikan. Selain itu perlu dilakukan Pendekatan Diferensiasi Strategis. Alih-alih mengandalkan reputasi umum, perguruan tinggi dapat mempromosikan keunggulan spesifik yang relevan bagi siswa. Terakhir adalah Mengintegrasikan Dukungan



Keluarga. Meskipun tidak signifikan, memperkuat hubungan dengan keluarga siswa dapat meningkatkan pengaruh tidak langsung pada keputusan.

### **Analisis dan Pembahasan Data Faktor Akademik terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi**

Analisis Statistik dari faktor akademik menunjukkan hasil  $T$  stats sebesar 2,137. Nilai  $T$  stats lebih besar dari 1,96, yang menunjukkan bahwa hubungan antara faktor akademik dan keputusan memilih perguruan tinggi signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Sedangkan nilai  $P$  value sebesar 0,035. Nilai  $P$  value kurang dari 0,05, yang mendukung hipotesis bahwa faktor akademik memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Hal yang mempengaruhi faktor akademik meliputi antara lain: pertama adalah Program Studi yang Ditawarkan. Pilihan program studi relevan dengan minat siswa menjadi pertimbangan utama. Program yang memiliki prospek kerja tinggi cenderung menarik lebih banyak peminat. Kedua adalah Kualitas Dosen dan Tenaga Kependidikan. Perguruan tinggi yang memiliki dosen berkualifikasi tinggi, aktif dalam penelitian, dan memiliki pengalaman profesional lebih diminati. Ketiga adalah Fasilitas Akademik. Keberadaan laboratorium, perpustakaan, dan teknologi pembelajaran modern menjadi daya tarik bagi siswa.

Hasil ini konsisten dengan beberapa penelitian terdahulu: Menurut (Kotler & Fox, 1995), keputusan siswa dalam memilih perguruan tinggi sangat dipengaruhi oleh reputasi akademik dan kualitas program studi. Penelitian oleh (Kusumawati, 2013) menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas dosen menjadi faktor dominan dalam memilih perguruan tinggi di Indonesia. Relevansi Bagi Perguruan Tinggi di Mojokerto adalah Perguruan tinggi di wilayah Mojokerto harus fokus meningkatkan kualitas program studi dan memperkuat kapasitas dosen. Misalnya, dengan memperbarui kurikulum agar sesuai dengan kebutuhan pasar kerja dan meningkatkan akreditasi. Sedangkan Implikasi untuk Strategi Pemasaran adalah Promosi yang menekankan pada keunggulan program studi dan fasilitas akademik dapat meningkatkan daya tarik bagi calon mahasiswa. Faktor akademik memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi, dengan nilai  $T$  stats sebesar 2,137 dan  $P$  value 0,035. Hal ini menunjukkan bahwa siswa cenderung memilih perguruan tinggi yang memberikan kualitas pendidikan tinggi, program studi yang relevan, dan fasilitas akademik yang memadai.

### **Analisis dan Pembahasan Data Faktor Non-Akademik terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi**

Hasil Analisis Statistik dari faktor non akademik menunjukkan  $T$  stats sebesar 0,592. Nilai  $T$  stats jauh lebih kecil dari 1,96, menunjukkan bahwa faktor non-akademik tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih perguruan tinggi pada tingkat kepercayaan 95%. Sedangkan  $P$  value sebesar 0,555. Nilai  $P$  value lebih besar dari 0,05, yang berarti bahwa pengaruh faktor non-akademik terhadap keputusan siswa tidak signifikan secara statistik. Faktor non-akademik mencakup aspek-aspek antara lain pertama, kegiatan Ekstrakurikuler dan Organisasi. Fasilitas untuk kegiatan ekstrakurikuler dan organisasi mahasiswa sering kali menjadi nilai tambah, namun data menunjukkan bahwa faktor ini tidak menjadi penentu utama keputusan siswa di Mojokerto. Kedua faktor Lingkungan Kampus. Aspek seperti kebersihan, tata ruang, dan suasana kampus dianggap penting oleh sebagian siswa, tetapi dalam konteks penelitian ini, tidak signifikan secara statistik. Ketiga adalah kerjasama dengan Industri. Meskipun kerjasama industri memberikan peluang magang dan pekerjaan, hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa tidak terlalu terpengaruh oleh faktor ini dalam menentukan pilihan perguruan tinggi.

Dari hasil penelitian sebelumnya, beberapa penelitian terkait dengan analisa ini. Menurut (Kusumawati, 2013), faktor non-akademik sering menjadi pertimbangan tambahan Copyright (c) 2025 CENDEKIA : Jurnal Ilmu Pengetahuan

daripada faktor utama dalam pemilihan perguruan tinggi. Juga menurut (Chen, 2007) menunjukkan bahwa mahasiswa lebih fokus pada reputasi akademik dan program studi dibandingkan fasilitas non-akademik, kecuali jika mereka mengejar pengalaman sosial tertentu. Hasil ini juga mencerminkan tren di mana siswa lebih memprioritaskan aspek yang langsung memengaruhi prospek akademik dan karier mereka, seperti faktor internal, akademik, atau teknologi. Relevansi bagi Perguruan Tinggi di Mojokerto adalah Perguruan Tinggi sebaiknya tetap menyediakan fasilitas non-akademik, tetapi tidak menjadikannya sebagai fokus utama dalam upaya menarik siswa baru. Sedangkan Implikasi Strategi Pemasaran. Strategi promosi sebaiknya lebih menyoroti keunggulan akademik dan teknologi dibandingkan faktor non-akademik seperti kegiatan ekstrakurikuler atau lingkungan kampus.

Faktor non-akademik tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di Mojokerto. Nilai *T stats* sebesar 0,592 dan *P value* 0,555 mengindikasikan bahwa siswa cenderung mengabaikan aspek non-akademik dalam proses pengambilan keputusan mereka. Rekomendasi untuk perguruan tinggi adalah pertama Optimalisasi Fasilitas Non-Akademik. Perguruan tinggi tetap dapat mengelola fasilitas non-akademik sebagai elemen pendukung tanpa menjadikannya prioritas. Kedua Penguatan Aspek Akademik dan Teknologi. Fokus utama tetap pada program studi unggulan, inovasi teknologi, dan layanan berbasis informasi. Ketiga adalah Pengelolaan Lingkungan Kampus. Meskipun tidak signifikan, lingkungan kampus yang baik tetap memberikan pengalaman belajar yang nyaman bagi siswa.

### **Analisis dan Pembahasan Data Faktor Teknologi dan Informasi terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi**

Hasil analisis Statistik nilai *T stats* sebesar 5,539. Nilai *T stats* jauh lebih besar dari 1,96, menunjukkan bahwa faktor teknologi dan informasi memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan memilih perguruan tinggi pada tingkat kepercayaan 95%. Sedangkan nilai *P value* sebesar 0,000. Nilai *P value* jauh lebih kecil dari 0,05, yang mengonfirmasi bahwa hubungan antara faktor teknologi dan informasi dengan keputusan memilih perguruan tinggi sangat signifikan secara statistik. Faktor teknologi dan informasi mencakup aspek berikut yaitu pertama adalah Promosi Perguruan Tinggi. Informasi yang disampaikan melalui media digital, seperti media sosial, situs web resmi, dan platform lainnya, menjadi sumber utama siswa dalam mencari informasi perguruan tinggi. Kedua adalah Sistem Penerimaan Mahasiswa Baru. Kemudahan akses, transparansi, dan user-friendly-nya sistem penerimaan mahasiswa baru secara online meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan calon mahasiswa terhadap perguruan tinggi.

Hal ini sesuai berdasarkan hasil penelitian sebelumnya seperti menurut (Chapman, 1981), strategi pemasaran berbasis informasi yang efektif dapat meningkatkan daya tarik perguruan tinggi bagi calon mahasiswa. (Hemsley-Brown, J., & Oplatka, 2015) juga menegaskan bahwa kemajuan teknologi, terutama melalui digital marketing, memberikan pengaruh besar dalam proses pengambilan keputusan mahasiswa. Dalam penelitian oleh (Kusumawati, 2013) di Indonesia menunjukkan bahwa informasi melalui internet menjadi salah satu pertimbangan utama dalam memilih perguruan tinggi, khususnya di era digital ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan tren global yang menunjukkan bahwa calon mahasiswa semakin mengandalkan informasi yang tersedia secara online untuk membuat keputusan. Relevansi bagi Perguruan Tinggi di Mojokerto adalah bahwa Perguruan Tinggi di wilayah Mojokerto perlu meningkatkan kehadiran digital mereka dan memastikan informasi yang disampaikan mudah diakses dan terpercaya. Sedangkan strategi peningkatannya bisa dengan meningkatkan kualitas situs web resmi dengan desain yang menarik dan navigasi yang mudah, mengoptimalkan

penggunaan media sosial untuk promosi aktif, dan menyediakan layanan interaktif, seperti chatbot atau forum diskusi online, untuk menjawab pertanyaan calon mahasiswa.

Faktor teknologi dan informasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di Mojokerto. Nilai *T stats* sebesar 5,539 dan *P value* 0,000 menunjukkan bahwa faktor ini menjadi salah satu pendorong utama keputusan. Rekomendasi yang disarankan untuk perguruan tinggi adalah pertama Penguatan Sistem Digital. Perguruan tinggi harus mengoptimalkan sistem digital, termasuk platform informasi dan penerimaan mahasiswa baru, untuk menarik lebih banyak calon mahasiswa. Kedua Inovasi dalam Strategi Promosi. Kampanye berbasis media sosial yang kreatif dan informatif dapat meningkatkan daya tarik perguruan tinggi. Ketiga Peningkatan Transparansi dan Keterbukaan Informasi. Calon mahasiswa cenderung memilih institusi yang memberikan informasi lengkap, akurat, dan mudah diakses.

### **Analisis dan Pembahasan Data Faktor Sosial dan Ekonomi terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi**

Analisis Statistik untuk nilai *T stats* sebesar 1,147. Nilai *T stats* lebih kecil dari 1,96, menunjukkan bahwa faktor sosial dan ekonomi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih perguruan tinggi pada tingkat kepercayaan 95%. Sedangkan nilai *P value* sebesar 0,254. Nilai *P value* lebih besar dari 0,05, yang menegaskan bahwa hubungan antara faktor sosial dan ekonomi dengan keputusan memilih perguruan tinggi tidak signifikan secara statistik. Beberapa faktor sosial dan ekonomi mencakup antara lain pertama adalah Daya Saing Lulusan. Daya saing lulusan, termasuk tingkat penyerapan kerja dan reputasi lulusan di dunia kerja, sering dianggap penting. Namun, data menunjukkan bahwa dalam konteks Mojokerto, faktor ini bukanlah penentu utama keputusan siswa. Kedua adalah Biaya Hidup. Biaya hidup selama masa kuliah, seperti akomodasi, makanan, dan transportasi, dapat memengaruhi pilihan perguruan tinggi. Namun, pengaruh ini tidak signifikan dalam penelitian ini, mungkin karena wilayah Mojokerto memiliki standar biaya hidup yang relatif seragam.

Analisa diatas sesuai berdasarkan Hasil Penelitian Sebelumnya. Pertama menurut (Perna, 2006) , faktor sosial dan ekonomi sering kali menjadi penghalang atau pendukung dalam akses ke pendidikan tinggi, terutama untuk kelompok ekonomi menengah ke bawah. Namun, dalam beberapa konteks lokal, seperti Mojokerto, faktor ini mungkin kurang signifikan jika peluang pendidikan relatif merata. Kedua, (Foskett & Hemsley-Brown, 2001) menunjukkan bahwa faktor biaya hidup sering kali lebih relevan untuk siswa yang harus pindah ke luar daerah, sedangkan bagi siswa lokal, pengaruhnya cenderung lebih kecil. Sedangkan ketiga adalah penelitian oleh (Kusumawati, 2013) di Indonesia juga menyatakan bahwa faktor sosial dan ekonomi menjadi penting ketika biaya pendidikan tinggi atau kompetisi kerja menjadi perhatian utama. Relevansi bagi Perguruan Tinggi di Mojokerto adalah Perguruan Tinggi di wilayah Mojokerto dapat mempertahankan kebijakan biaya yang terjangkau, tetapi fokus promosi mungkin perlu diarahkan pada aspek lain yang lebih signifikan, seperti teknologi atau program studi. Salah satu bentuk strategi peningkatan adalah memberikan informasi transparan terkait biaya kuliah dan beasiswa, serta memperkuat daya saing lulusan melalui program magang dan kerjasama dengan industri.

Faktor sosial dan ekonomi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di Mojokerto. Nilai *T stats* sebesar 1,147 dan *P value* 0,254 menunjukkan bahwa meskipun faktor ini relevan secara teoritis, pengaruhnya dalam konteks lokal ini tidak signifikan. Sedangkan rekomendasi yang disarankan adalah pertama Penguatan Daya Saing Lulusan. Meski tidak signifikan, perguruan tinggi tetap perlu meningkatkan daya saing lulusannya untuk memastikan relevansi di pasar kerja. Kedua adanya



Transparansi Biaya Kuliah. Perguruan tinggi harus tetap memastikan bahwa biaya kuliah dan biaya hidup dipahami dengan jelas oleh calon mahasiswa untuk mengurangi ketidakpastian.

Berdasarkan uraian tersebut, perguruan tinggi di Mojokerto Raya sebaiknya menyusun strategi operasional dan pemasaran yang terintegrasi dengan kebutuhan dan aspirasi mahasiswa serta tuntutan dunia industri. Langkah strategis pertama adalah memperkuat daya tarik internal melalui penyesuaian program studi terhadap minat lokal, peningkatan layanan bimbingan karier, dan perluasan dukungan finansial. Upaya ini harus dikomunikasikan secara intens melalui narasi alumni sukses, relevansi kurikulum, dan peluang pengembangan diri yang konkret. Peningkatan kualitas akademik pun menjadi pilar utama—mulai dari pembaruan kurikulum, penguatan kompetensi dosen, hingga modernisasi fasilitas belajar—semuanya harus disertai promosi berbasis fakta seperti pencapaian akreditasi, profil tenaga pengajar, dan penyelenggaraan kegiatan akademik terbuka bagi publik.

Di sisi lain, strategi ini harus didukung penuh oleh optimalisasi teknologi informasi sebagai fondasi operasional modern. Website universitas perlu menjadi pusat informasi yang ramah pengguna dan efisien, serta menjadi alat pendaftaran yang andal. Kampanye digital kreatif melalui media sosial dan platform online akan memperluas jangkauan dan membangun keterlibatan yang bermakna dengan calon mahasiswa. Untuk memperkuat dampaknya, pemanfaatan pemodelan sistem dinamis dapat membantu universitas memahami dampak jangka panjang dari keputusan strategis mereka—memastikan keseimbangan antara pertumbuhan mahasiswa dan kapasitas akademik. Dilengkapi dengan analisis statistik lanjut seperti segmentasi, konjoin, dan prediksi pendaftaran, strategi yang dibangun akan jauh lebih adaptif, tepat sasaran, dan berbasis data, sehingga mendukung pertumbuhan berkelanjutan secara menyeluruh.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap enam faktor yang memengaruhi keputusan memilih perguruan tinggi di Mojokerto, ditemukan bahwa faktor internal, akademik, serta teknologi dan informasi memiliki pengaruh signifikan, dengan nilai T stats dan P value yang mendukung signifikansi statistik pada tingkat kepercayaan 95%. Hal ini menunjukkan bahwa calon mahasiswa cenderung mempertimbangkan minat pribadi, tujuan karier, kualitas program studi, dosen, serta kemudahan dan keterbukaan informasi digital dalam proses pemilihan perguruan tinggi. Sebaliknya, faktor eksternal, non-akademik, dan sosial ekonomi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan, mengindikasikan bahwa aspek seperti lokasi kampus, pengaruh keluarga, kegiatan ekstrakurikuler, lingkungan kampus, biaya hidup, dan daya saing lulusan tidak menjadi penentu utama dalam pengambilan keputusan. Temuan ini memberikan arahan strategis bagi perguruan tinggi di Mojokerto untuk memfokuskan upaya mereka pada penguatan kualitas akademik, pengembangan sistem digital yang informatif dan mudah diakses, serta penyesuaian program studi dengan minat dan kebutuhan pasar kerja lokal, sambil tetap mempertahankan dukungan pada aspek pendukung lainnya secara proporsional.

## DAFTAR PUSTAKA

Anderson, D. R., et al. (2024). *Statistics for business & economics*. Cengage.

Badan Pusat Statistik Kota Mojokerto. (2024). *Statistik menurut subjek*. <https://mojokertokota.bps.go.id/id/statistics-table?subject=521>

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2023). *Jumlah perguruan tinggi, dosen, dan mahasiswa (negeri dan swasta) di bawah Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi menurut kabupaten/kota di Provinsi Jawa Timur, 2022*. <https://jatim.bps.go.id/id/statistics->

[table/3/Y21kVGRHNXZVMEI3S3pCRIlyMHJRbnB1WkVZemR6MDkjMyMzNTAw/jumlah-perguruan-tinggi-sup-1-sup-dosen-dan-mahasiswa-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementerian-riset-teknologi-dan-pendidikan-tinggi-kementerian-pendidikan-dan-kebudayaan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-timur.html?year=2022](https://table/3/Y21kVGRHNXZVMEI3S3pCRIlyMHJRbnB1WkVZemR6MDkjMyMzNTAw/jumlah-perguruan-tinggi-sup-1-sup-dosen-dan-mahasiswa-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementerian-riset-teknologi-dan-pendidikan-tinggi-kementerian-pendidikan-dan-kebudayaan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-timur.html?year=2022)

- Budiyanto, F., & Fitriyani, Z. A. (2024). Pendekatan strategi pemasaran untuk meningkatkan niat beli ulang produk es teh melalui variabel antara kepuasan pelanggan. *Cendekia: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 4(4), 453–464. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v4i4.3467>
- Chapman, D. W. (1981). A model of student college choice. *The Journal of Higher Education*, 52(5), 490–505. <https://doi.org/10.1080/00221546.1981.11778120>
- Chen, L. H. (2007). East-Asian students' choice of Canadian graduate schools. *International Journal of Educational Advancement*, 7(4), 271–306. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ijea.2150071>
- Fitriyani, Z. A., & Dewi, Y. R. (2024). Benchmarking for improving the quality of quality assurance institutions (LPM) in managing quality standards tri dharma of higher education. *Journal of Management Science (JMAS)*, 7(2), 309–316. <https://doi.org/10.35335/jmas.v7i2.457>
- Foskett, N., & Hemsley-Brown, J. (2001). *Choosing futures: Young people's decision-making in education, training, and careers markets*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203467534>
- Hemsley-Brown, J., & Oplatka, I. (2015). University choice: What do we know, what don't we know, and what do we still need to find out? *International Journal of Educational Management*, 29(3), 254–274. <https://doi.org/10.1108/IJEM-10-2013-0150>
- Kotler, P., & Fox, K. (1995). *Strategic marketing for educational institution*. Prentice Hall.
- Kusumawati, A. (2013). A qualitative study of the factors influencing student choice: The case of public university in Indonesia. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 3(1), 314–327.
- Perna, L. W. (2006). Studying college access and choice: A proposed conceptual model. *Higher Education: Handbook of Theory and Research*, 21, 99–157. <https://doi.org/10.1007/1-4020-4512-3>
- Soutar, G. N., & Turner, J. P. (2002). Students' preferences for university: A conjoint analysis. *The International Journal of Educational Management*, 16(1), 40–45. <https://doi.org/10.1108/09513540210415523>
- Suryatmojo, W., & Fitriyani, Z. A. (2023). Implementation of total quality management (TQM) in improving the quality of graduates through counseling at SMAN 3 Pasuruan. *JETL: Journal Of Education and Teaching Learning*, 5(1), 14–30. <https://doi.org/10.51178/jetl.v5i1.1043>
- Waluyo, S. E. Y., et al. (2022). Konsep green economy terhadap penjualan sektor UMKM melalui pertumbuhan ekonomi Kota Mojokerto. *Prosiding Seminar Nasional Universitas PGRI Palangka Raya*, 310–326. <https://doi.org/10.54683/puppr.v1i0.32>