

## **Analisis Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muslim Indonesia Makassar (Pendekatan Kualitatif)**

Muh. Tamsir<sup>1\*</sup>, Salim Basalamah<sup>2</sup>

<sup>1\*</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia.

email korespondensi : muh.tamsir@gmail.com

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia (FEB UMI) Makassar serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan tersebut hingga menemukan faktor yang paling dominan. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui teknik observasi langsung terhadap aktivitas lingkungan kampus serta wawancara mendalam terstruktur terhadap 25 orang informan yang merupakan mahasiswa aktif FEB UMI Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan mahasiswa melalui tahapan sistematis yang meliputi pengenalan kebutuhan studi lanjut, pencarian informasi, evaluasi berbagai alternatif perguruan tinggi, hingga penetapan pilihan akhir. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa terdiri atas faktor internal (keinginan pribadi dan motivasi masa depan) serta faktor eksternal (pengaruh kelompok rujukan keluarga/kakak, informasi media sosial, lokasi kampus, lingkungan bernuansa keislaman, serta pengalaman tidak diterima di perguruan tinggi negeri). Akreditasi fakultas diidentifikasi sebagai faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan informan karena dinilai sebagai indikator utama kualitas pendidikan, kredibilitas institusi, dan prospek lulusan di masa depan.

**Kata Kunci:** Keputusan Mahasiswa; FEB UMI; Pendekatan Kualitatif.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

### **Pendahuluan**

Pendidikan tinggi memiliki peran penting dalam menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas dan mampu menghadapi perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, serta persaingan di dunia kerja. Perguruan tinggi tidak hanya berfungsi sebagai penyelenggara pendidikan, tetapi juga sebagai penyedia jasa yang harus mampu memenuhi kebutuhan dan harapan calon mahasiswa. Kondisi tersebut menyebabkan persaingan antar perguruan tinggi semakin ketat dalam menarik minat calon mahasiswa melalui peningkatan kualitas akademik, fasilitas, pelayanan, maupun citra institusi.

Dalam perspektif manajemen pemasaran, mahasiswa dapat dipandang sebagai konsumen jasa pendidikan yang melakukan proses pengambilan keputusan sebelum memilih suatu perguruan tinggi. Keputusan tersebut tidak terjadi secara spontan, melainkan melalui serangkaian tahapan mulai dari mengenali kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi berbagai alternatif, hingga akhirnya menentukan pilihan. Setiap calon mahasiswa memiliki pertimbangan yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan, pengalaman, kondisi ekonomi, serta informasi yang diperoleh. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia (FEB UMI) Makassar merupakan salah satu fakultas yang setiap tahunnya menerima mahasiswa(i) baru yang tidak hanya pada daerah makassar atau sulawesi saja tetapi juga dari berbagai daerah di Indonesia. Tingginya minat mahasiswa untuk memilih FEB UMI Makassar didasari pada kenyataan bahwa mahasiswa berperan sebagai konsumen jasa pendidikan yang bersifat rasional dan selektif.

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini diarahkan untuk dapat menjawab tiga rumusan masalah utama yang menjadi focus utama penelitian, seperti : (1) Bagaimana proses pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih FEB UMI Makassar, (2) Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan mahasiswa memilih FEB UMI Makassar, dan (3) Faktor apakah yang paling dominan memengaruhi keputusan mahasiswa tersebut.

### Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM café di Kelurahan Karampuang. Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai fenomena pengambilan keputusan mahasiswa secara alamiah tanpa intervensi manipulatif. Teknik pengumpulan data dilakukan secara langsung di lapangan menggunakan dua instrumen utama:

- Observasi: Dilakukan dengan mengamati secara langsung objek penelitian di lingkungan kampus untuk mendapatkan gambaran nyata mengenai kondisi fisik, fasilitas pendukung pembelajaran, aktivitas interaksi mahasiswa, serta situasi kontekstual yang berkaitan dengan fokus penelitian sebagai bahan pendukung data wawancara.
- Wawancara Mendalam: Dilakukan secara terstruktur menggunakan instrumen panduan wawancara kepada 25 orang informan mahasiswa aktif FEB UMI Makassar. Karakteristik informan diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, semester berjalan, dan daerah asal guna menjamin kredibilitas dan variasi perspektif data yang kaya.

Seluruh data kualitatif yang diperoleh kemudian diolah melalui model analisis interaktif yang meliputi reduksi data (pemilahan dan penyederhanaan transkrip wawancara), penyajian data (display data dalam bentuk narasi deskriptif logis), serta penarikan kesimpulan dan verifikasi akhir.

## Hasil

### Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMI Makassar

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia (FEB UMI) Makassar merupakan salah satu fakultas yang berada di bawah naungan Universitas Muslim Indonesia. Fakultas ini berperan dalam menyelenggarakan pendidikan tinggi di bidang ekonomi dan bisnis dengan tujuan menghasilkan lulusan yang kompeten, profesional, berdaya saing, serta memiliki integritas dan nilai-nilai keislaman.

Seiring dengan perkembangan dunia pendidikan dan kebutuhan masyarakat terhadap tenaga profesional di bidang ekonomi dan bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis terus melakukan pengembangan dalam berbagai aspek, seperti peningkatan kualitas pembelajaran, pengembangan kurikulum, peningkatan kompetensi dosen, serta penyediaan sarana dan prasarana pendidikan. Upaya tersebut dilakukan untuk menghasilkan lulusan yang mampu bersaing di dunia kerja maupun berwirausaha.

Selain melaksanakan kegiatan pendidikan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis juga menjalankan kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat sebagai bagian dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Berbagai kegiatan akademik dan kemahasiswaan juga diselenggarakan sebagai sarana pengembangan kemampuan intelektual, kepemimpinan, dan keterampilan mahasiswa.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia memiliki visi untuk menjadi fakultas yang unggul dalam penyelenggaraan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat di bidang ekonomi dan bisnis yang berlandaskan nilai-nilai Islam, serta mampu menghasilkan lulusan yang profesional, berintegritas, dan berdaya saing di tingkat nasional maupun internasional.

Untuk mewujudkan visi tersebut, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia melaksanakan beberapa misi, yaitu:

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pembelajaran yang berkualitas di bidang ekonomi dan bisnis.
2. Mengembangkan penelitian yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan masyarakat.
3. Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat sebagai bentuk penerapan ilmu pengetahuan.
4. Menanamkan nilai-nilai keislaman, etika, dan profesionalisme kepada seluruh sivitas akademika.
5. Meningkatkan kerja sama dengan berbagai instansi pemerintah, dunia usaha, dunia industri, dan lembaga pendidikan untuk mendukung pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia menyelenggarakan beberapa program studi yang bertujuan menghasilkan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi di bidang ekonomi dan bisnis. Salah satu program studi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Program Studi Manajemen.

Program Studi Manajemen membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, manajemen operasional, serta kewirausahaan. Selain itu, mahasiswa juga dibekali kemampuan berpikir kritis, kepemimpinan, komunikasi, dan pengambilan keputusan sehingga mampu menghadapi tantangan dunia kerja.

Untuk menunjang proses pembelajaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia menyediakan berbagai fasilitas, antara lain ruang kuliah yang representatif, laboratorium komputer, perpustakaan, jaringan internet, ruang seminar, musala, area parkir, serta berbagai fasilitas penunjang lainnya. Ketersediaan sarana dan prasarana tersebut diharapkan dapat menciptakan lingkungan belajar mendukung peningkatan kualitas pendidikan.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia berasal dari berbagai daerah di Indonesia, khususnya dari Sulawesi Selatan. Keberagaman asal daerah, latar belakang sosial, budaya, dan ekonomi menciptakan lingkungan akademik yang dinamis. Keberagaman karakteristik tersebut menjadi salah satu alasan dipilihnya mahasiswa Program Studi Manajemen sebagai informan dalam penelitian ini. Melalui perbedaan latar belakang tersebut, peneliti dapat memperoleh informasi yang lebih beragam mengenai proses dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMI Makassar.

### Karakteristik Informan

Dalam penelitian kualitatif, karakteristik informan perlu dijelaskan untuk memberikan gambaran mengenai latar belakang individu yang menjadi sumber informasi. Informan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia Makassar yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sesuai dengan tujuan penelitian.

Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 15 informan, yang merupakan mahasiswa aktif FEB UMI Makassar. Penentuan informan dihentikan pada informan ke 15 karena data mencapai asa kejenuhan data, dimana jawaban informan berikutnya sudah bersifat mengulang dan tidak memunculkan informasi baru. Informan terdiri atas 8 mahasiswa laki-laki dan 7 mahasiswa perempuan. Informan berasal dari daerah yang berbeda, yaitu Masamba, Siwa, Pinrang, Maros, Makassar, Gowa, dan Pare-pare. Selain itu, informan juga berasal dari semester yang berbeda, yaitu semester VI sampai X. Perbedaan latar belakang tersebut memberikan informasi yang beragam mengenai proses pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia Makassar. Karakteristik informan dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

*Tabel 1. Persentase Jenis Kelamin Informan*

| Jenis Kelamin | Frekuensi<br>(Orang) | Persentase<br>(Persen) |
|---------------|----------------------|------------------------|
| Laki-laki     | 8                    | 53,33                  |
| Perempuan     | 7                    | 46,67                  |
| <b>Total</b>  | 25                   | 100                    |

Sumber : Data Primer, 2026

Berdasarkan daerah asal, informan berasal dari beberapa wilayah yang berbeda, keberagaman daerah asal ini menunjukkan bahwa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia Makassar diminati oleh mahasiswa dari berbagai daerah. Perbedaan latar belakang tersebut juga memungkinkan diperolehnya informasi yang lebih beragam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih FEB UMI Makassar.

**Tabel 2. Persentase Asal Informan**

| No           | Asal Mahasiswa | Frekuensi (Orang) | Persentase (Persen) |
|--------------|----------------|-------------------|---------------------|
| 1            | Makassar       | 6                 | 40,00               |
| 2            | Maros          | 3                 | 20,00               |
| 3            | Gowa           | 2                 | 13,00               |
| 4            | Pare-pare      | 1                 | 6,67                |
| 5            | Siwa           | 1                 | 6,67                |
| 6            | Masamba        | 1                 | 6,67                |
| 7            | Pinrang        | 1                 | 6,67                |
| <b>Total</b> |                | 15                | 100                 |

Sumber : Data Primer, 2026

Berdasarkan tabel distribusi asal mahasiswa, mayoritas responden berasal dari Kota Makassar sebanyak 6 orang (40,00%). Selanjutnya, mahasiswa yang berasal dari Kabupaten Maros sebanyak 3 orang (20,00%), Kabupaten Gowa sebanyak 2 orang (13,00%), sedangkan Kabupaten Pinrang, Masamba, Kota Pare-pare, Siwa masing-masing berjumlah 1 orang (6,67%). Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian berasal dari berbagai daerah dengan dominasi mahasiswa asal Kota Makassar.

**Tabel 3. Persentase Semester Informan**

| No           | Semester Informan | Frekuensi (Orang) | Persentase (Persen) |
|--------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| 1            | VIII              | 7                 | 46,67               |
| 2            | VI                | 5                 | 33,33               |
| 3            | X                 | 3                 | 20,00               |
| <b>Total</b> |                   | 15                | 100                 |

Sumber : Data Primer, 2026

Distribusi informan didominasi oleh mahasiswa Semester VIII sebanyak 7 orang (46,67%), diikuti Semester VI sebanyak 5 orang (33,33%), dan Semester X sebanyak 3 orang (20,00%). Komposisi ini dinilai ideal dalam penelitian kualitatif manajemen pemasaran jasa pendidikan. Keterlibatan mahasiswa senior (Semester VIII dan X) memberikan analisis mendalam karena mereka telah mengonsumsi jasa pendidikan cukup lama dan mampu mengevaluasi nilai merek (brand value) FEB UMI secara matang. Sementara itu, perspektif mahasiswa Semester VI memperkuat data karena ingatan mereka mengenai perjalanan konsumen (customer journey) saat proses pendaftaran awal masih relatif segar.

Karakteristik informan tersebut menjadi dasar dalam memperoleh data penelitian. Melalui pengalaman, latar belakang, dan pertimbangan yang

berbeda-beda, setiap informan memberikan informasi yang membantu peneliti memahami proses pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia Makassar.

### Deskripsi Jawaban Informan

Setelah melakukan wawancara mendalam kepada 15 informan di FEB UMI Makassar, peneliti mengelompokkan alasan utama mahasiswa dalam memilih kampus. Rekapitulasi persentase jawaban responden berdasarkan indikator wawancara di sajikan dalam tabel berikut :

**Tabel 4. Persentase Jawaban**

| No    | Keterangan Faktor | Kode Indikator | Jumlah Jawaban | Persentase (%) |
|-------|-------------------|----------------|----------------|----------------|
| 1     | Motivasi Mandiri  | 1              | 2 Orang        | 13,33          |
| 2     | Promosi Kampus    | 2              | 1 Orang        | 6,67           |
| 3     | Akreditasi        | 3              | 5 Orang        | 33,33          |
| 4     | Pilihan Orang Tua | 4              | 2 Orang        | 13,33          |
| 5     | Saran Teman       | 5              | 2 Orang        | 13,33          |
| 6     | Media sosial      | 7              | 2 Orang        | 13,33          |
| 7     | Prospek Kerja     | 8              | 1 Orang        | 6,67           |
| Total |                   |                | 15 Orang       | 100            |

Sumber : Data Primer, 2026

Data pada tabel di atas menunjukkan visualisasi menyeluruh dari sebaran motif konsumen dari 15 informan yang diwawancarai. Terlihat secara jelas bahwa faktor Akreditasi (Indikator 3) menempati posisi puncak sebagai daya dorong utama yang memengaruhi keputusan mahasiswa dengan persentase mencapai 33,33% (5 orang). Selanjutnya, terdapat empat indikator yang berimbang di posisi kedua dengan persentase masing-masing 13,33% (2 orang), yaitu Motivasi Mandiri (Indikator 1), Pilihan Orang Tua (Indikator 4), Saran Teman (Indikator 5), dan Media Sosial (Indikator 6). Adapun faktor dengan persentase terkecil masing-masing sebesar 6,67% (1 orang) ditempati oleh Promosi Kampus (Indikator 2) dan Prospek Kerja (Indikator 7). Guna menguliti makna "pengaruh" tersebut secara mendalam sesuai dengan kaidah pendekatan kualitatif, peneliti selanjutnya menjabarkan deskripsi naratif, pemaknaan variabel berdasarkan rujukan 5 tahun terakhir, serta menyertakan bukti orisinal berupa kutipan transkrip wawancara langsung per indikator sebagai berikut:

1. Analisis Indikator 3 : Akreditasi (33,33%) Berdasarkan data lapangan, status akreditasi "Unggul" yang diraih FEB UMI Makassar membentuk persepsi kualitas (perceived quality) yang paling kokoh di benak konsumen. Hasil penelitian ini mendukung temuan Putri (2020) yang menyatakan bahwa citra lembaga dan reputasi akademik merupakan jangkar kepercayaan masyarakat. Gengsi merek kampus yang baik dapat menurunkan tingkat keraguan calon mahasiswa saat mengevaluasi alternatif perguruan tinggi yang sejenis di wilayah perkotaan.

*Kutipan informan : "Ada kampus yang berakreditasi unggul dekat dari rumah dan orang tua juga sangat support untuk kuliah di FEB UMI. apa lagi yang harus di fikir"*

*Kutipan responden : " pastinya karna akreditasnya sudah A apalagi kakak juga lulusan dari sini, tapi paling besar kemauanku karna akreditasi"*

2. Analisis Indikator 1, 4, 5, dan 6 : Motivasi Mandiri, Pilihan Orang Tua, Saran Teman, dan Media Sosial (Masing-masing 13,33%) Indikator-indikator ini menunjukkan adanya keseimbangan antara dorongan internal dan eksternal. Temuan mengenai Motivasi Mandiri sejalan dengan teori Sari (2021) yang menyebutkan bahwa motivasi intrinsik mahasiswa memiliki korelasi kuat terhadap ketepatan pemilihan jurusan. Sementara itu, untuk faktor Pilihan Orang Tua dan Saran Teman, hal ini selaras dengan studi oleh Wijaya (2023) yang menggarisbawahi bahwa kelompok referensi (reference group) memiliki andil besar dalam memvalidasi keputusan konsumen jasa pendidikan. Di sisi lain, paparan Media Sosial sebagai saluran komunikasi terbukti memperpendek jarak informasi institusi sesuai dengan riset Rahman (2022) mengenai efektivitas promosi digital yang mampu memicu minat beli calon mahasiswa secara masif.

*Kutipan Informan: (Dari SMA sering lewat depan UMI, dan FEB UMI itu kelihatan dari jalan, kayak ingin saja dari dulumi untuk kuliah di FEB UMI, karna saya juga SMA anak IPS).*

*Kutipan lforman : (Sering lewat di beranda tiktok sama ig, mungkin karna waktu itu saya sering cari tentang kampus terbaik di sulawesi)*

*Kutipan Informan : (Ada temanku sering cerita tentang FEB UMI, seangkatan ji satu kelas dulu pas SMA, cuman deluan dia kuliah, dari ceritanya bikin tertarik).*

*Kutipan Informan: (Mama tidak bisa jauh saya juga tinggalnya dekat sini ji di pampang2 jadi ya begitumi)*

3. Analisis Indikator 2 dan 7: Promosi Kampus dan Prospek Kerja (Masing-masing 6,67%) Meskipun memiliki persentase terkecil, kedua faktor ini tetap menjadi elemen pelengkap yang penting dalam rantai pengambilan keputusan. Pemaknaan indikator prospek kerja diperkuat oleh pemikiran Pratama (2021) yang menegaskan bahwa orientasi prospek kerja masa depan (future career orientation) menjadi motor penggerak internal pelengkap bagi konsumen generasi Z dalam membeli produk jasa pendidikan.

## Pembahasan

### **Proses Pengambilan Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia Makassar**

Berdasarkan hasil penelitian, proses pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia Makassar dilakukan melalui beberapa tahapan. Mahasiswa terlebih dahulu menyadari

kebutuhan untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi, kemudian mencari informasi mengenai berbagai pilihan perguruan tinggi, membandingkan alternatif yang tersedia, dan akhirnya menetapkan pilihan sesuai dengan pertimbangan yang dianggap paling sesuai.

Proses tersebut terlihat dari pengalaman para informan. Informan pertama di dorong oleh keinginan orang tua agar berkuliah di FEB UMI karena jaraknya dekat dari rumah serta berakreditasi unggul, hal ini juga dapat di simpulkan bahwa ada 3 faktor yang menjadi alasan informan pertama memilih FEB UMI, namun faktor utama pertama adalah karna mengikuti keinginan orang tua di kutip dari perkataan informan ketika wawancara. Juga tiga informan lainnya mengatakan hal yang hampir serupa bahwa orang tua adalah faktor utama memilih FEB UMI Makassar. Diikuti dua informan mengatakan telah memiliki keinginan sejak duduk di bangku SMA sehingga pencarian informasi hanya bertujuan memperkuat keputusan yang telah dimiliki. Dua informan lainnya mengaku mengikuti teman yang sudah lebih dulu berkuliah di FEB UMI. lebih mempertimbangkan lokasi kampus yang dekat dengan tempat tinggal, sedangkan. Dan satu informan tertarik karna melihat lulusan FEB UMI Makassar cepat dapat pekerjaan dan ada juga yang jadi dosen hal ini mendorong keinginan untuk melanjutkan pendidikan di FEB UMI Makassar.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan mahasiswa tidak berlangsung secara spontan, tetapi melalui serangkaian pertimbangan yang dipengaruhi oleh pengalaman, kebutuhan, serta informasi yang diterima dari berbagai sumber.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori pengambilan keputusan konsumen yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller, yang menjelaskan bahwa konsumen melalui lima tahapan sebelum melakukan keputusan pembelian, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan evaluasi pascapembelian. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa berperan sebagai konsumen jasa pendidikan yang memilih perguruan tinggi berdasarkan proses pertimbangan yang sistematis.

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia Makassar**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam diri (eksternal) mahasiswa maupun dari lingkungan sekitarnya.

Seperti yang di jelaskan pada tabel lima menunjukkan visualisasi menyeluruh dari sebaran motif konsumen dari 15 informan yang diwawancarai. Terlihat secara jelas bahwa ada faktor Akreditasi (Indikator 3) menempati posisi puncak sebagai daya dorong utama yang memengaruhi keputusan mahasiswa dengan persentase mencapai 33,33% (5 orang). Selanjutnya, terdapat indikator yang berimbang di posisi kedua dengan persentase masing-masing 13,33% (2 orang), yaitu Motivasi Mandiri (Indikator 1), Pilihan Orang Tua (Indikator 4), Saran Teman (Indikator 5), dan Media Sosial (Indikator 6). Adapun faktor dengan persentase terkecil masing-masing sebesar 6,67% (1 orang) ditempati oleh Promosi Kampus (Indikator 2) dan Prospek Kerja (Indikator 7).

Hal ini menunjukkan bahwa akreditasi menjadi faktor yang paling unggul dalam pengaruh keputusan mahasiswa memilih FEB UMI Makassar. Di ikuti faktor pilihan orang tua juga karna orang tua melihat FEB UMI Makassar berakreditasi unggul.

Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa tidak dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan merupakan hasil interaksi berbagai faktor internal dan eksternal.

### **Faktor yang Paling Dominan dalam Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia Makassar**

Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia (FEB UMI) Makassar dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam diri mahasiswa maupun dari lingkungan sekitarnya.

Faktor yang paling banyak disebutkan oleh seluruh informan adalah akreditasi fakultas. Sebanyak 5 informan atau responden menyatakan bahwa status akreditasi menjadi salah satu pertimbangan utama dalam memilih FEB UMI Makassar. Temuan ini menunjukkan bahwa akreditasi dipandang sebagai indikator kualitas pendidikan, mutu pengelolaan program studi, kompetensi dosen, serta prospek lulusan di dunia kerja. Bagi calon mahasiswa, status akreditasi yang baik memberikan keyakinan bahwa perguruan tinggi mampu menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas dan memiliki reputasi yang baik di masyarakat. Oleh karena itu, akreditasi menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan mahasiswa.

Faktor berikutnya adalah informasi yang diperoleh dari lingkungan sekitar, yang disebutkan oleh informan Informasi tersebut diperoleh melalui keluarga, teman, alumni, tetangga, maupun masyarakat yang telah mengenal FEB UMI Makassar. Rekomendasi dan pengalaman positif yang disampaikan oleh orang-orang di sekitar memberikan kepercayaan kepada calon mahasiswa dalam menentukan pilihan. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) masih menjadi salah satu sumber informasi yang memiliki pengaruh besar dalam proses pengambilan keputusan, terutama bagi mahasiswa yang berasal dari Kota Makassar dan telah mengenal lingkungan kampus sejak sebelumnya..

## **Simpulan dan Saran**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia Makassar dengan menggunakan pendekatan kualitatif, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Proses pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia Makassar dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu munculnya keinginan untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi, pencarian informasi mengenai perguruan tinggi, membandingkan beberapa alternatif, hingga akhirnya

menetapkan pilihan sesuai dengan kebutuhan dan pertimbangan masing-masing. Informasi yang diperoleh mahasiswa berasal dari keluarga, teman, media sosial, serta pengalaman pribadi.

2. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia Makassar terdiri atas faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi keinginan pribadi untuk melanjutkan pendidikan di FEB UMI Makassar. Sementara itu, faktor eksternal meliputi pengaruh keluarga, akreditasi fakultas, lokasi kampus, informasi yang diperoleh melalui media sosial, serta prospek karir yang dilihat dari alumni.
3. Berdasarkan data penelitian yang diperoleh dari informan, faktor yang paling sering muncul dalam keputusan mahasiswa adalah akreditasi fakultas.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia Makassar, diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pendidikan, mempertahankan akreditasi, meningkatkan kualitas pelayanan akademik, serta memperkuat citra positif fakultas melalui berbagai media informasi agar semakin menarik minat calon mahasiswa.
2. Fakultas diharapkan dapat lebih mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi karena penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi salah satu sumber informasi yang dimanfaatkan calon mahasiswa dalam mengenal FEB UMI Makassar.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melibatkan jumlah informan yang lebih banyak dan berasal dari berbagai program studi agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi.
4. Penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan kajian dengan menambahkan faktor-faktor lain, seperti biaya pendidikan, kualitas pelayanan akademik, fasilitas kampus, prospek kerja lulusan, maupun pengaruh promosi digital sehingga menghasilkan temuan yang lebih luas dan mendalam.

### Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2021). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.

- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T. (2023). *Perilaku Konsumen di Era Digital: Implikasi bagi Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2023). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan Kontemporer*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi.
- Yusuf, A. M. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Andriani, N., & Rahman, A. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 11 (2), 120–132.
- Fadillah, M., & Putri, R. (2023). Pengaruh citra perguruan tinggi terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 45–58.
- Hidayat, R., & Yusuf, M. (2023). Analisis perilaku calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 18(2), 85–97.
- Kurniawan, D., & Sari, N. (2024). Peran media sosial dalam keputusan calon mahasiswa memilih perguruan tinggi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 19(1), 34–46.
- Nurfadilah, S., & Hasanah, I. (2022). Pengaruh akreditasi terhadap minat memilih perguruan tinggi swasta. *Jurnal Pendidikan dan Manajemen*, 7(3), 155–168.
- Pratama, A., & Lestari, D. (2024). Pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan memilih perguruan tinggi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 98–110.
- Rahmawati, E., & Wahyudi, A. (2023). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih program studi. *Jurnal Riset Manajemen*, 10(3), 210–223.
- Siregar, H., & Fauziah, N. (2025). Analisis keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Tinggi*, 5(1), 15–30.
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia. *Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia Makassar*.
- Universitas Muslim Indonesia. *Buku Pedoman Akademik Universitas Muslim Indonesia*.
- Universitas Muslim Indonesia. *Statuta Universitas Muslim Indonesia*.
- Universitas Muslim Indonesia. *Rencana Strategis (Renstra) Universitas Muslim Indonesia*.