

INTISARI

Potensi pasar universitas bisa dikategorikan masih terbuka lebar, oleh sebab itu universitas bersaing dalam menarik calon mahasiswa untuk memilih universitas. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi kepribadian, prestise dan reputasi universitas pada niat memilih universitas. Penelitian ini juga menggunakan konsep *Theory of Planned Behaviour* (TPB) untuk mengetahui perilaku yang direncanakan calon mahasiswa dalam memilih universitas. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 420 responden yang didapatkan dengan melakukan survei secara langsung kepada siswa Sekolah Menengah Atas di Provinsi Daerah Yogyakarta. Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis SEM (*Structural Equation Modeling*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepribadian universitas berpengaruh positif pada sikap calon mahasiswa memilih universitas, prestise universitas tidak berpengaruh pada sikap calon mahasiswa memilih universitas, reputasi universitas berpengaruh positif pada sikap calon mahasiswa memilih universitas, sikap berpengaruh positif pada niat perilaku memilih universitas, norma subyektif berpengaruh positif pada niat perilaku memilih universitas, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan berpengaruh positif pada niat perilaku memilih universitas.

Kata kunci ; kepribadian universitas, prestise universitas, reputasi universitas, sikap terhadap perilaku, norma subyektif, kontrol perilaku yang dipersepsikan, niat memilih universitas.

ABSTRACT

A university potentially has big market, so that university competes for getting student. The purpose of research is to examine the impact of university personality, university prestige, and university reputation on how student's intentions to choose the University. The study uses theory of planned behaviour (TPB) for knowing behaviour plan of student candidate for choosing university. The research uses sample of 420 students from senior high school. Data is obtained from survey and Structural Equation Modeling was used to analyse.

The result shows that personality of university has positive effect on the attitude of prospective students choose the university, the prestige of university has no effect on the attitude of prospective students choose the university, the reputation of university has positive effect on the attitude of prospective students choose the university, the attitude has positive effect on the intention to choose the university, the subjective norms has positive effect on intention to choosing university, and the perceived behavioral control has positive effect on intention to choosing university.

Key Word : university personality, university prestige, university reputation, attitude for behaviour, subjective norm, perceived behavioral control, intentions to choose the university.