

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	1
ABSTRAK	7
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	13
DAFTAR GAMBAR	15
DAFTAR LAMPIRAN	16
BAB I PENDAHULUAN	18
1.1. Latar Belakang Penelitian	18
1.1.1. Studi Pendahuluan	24
1.1.2. Kerangka Kerja Dalam Memilih Jurusan di Pendidikan Tinggi	27
1.1.3. Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Siswa	29
1.1.4. Hubungan Antar Variabel	36
1.2. Keaslian Penelitian	39
1.3. Pentingan Penelitian	41
1.4. Rumusan Masalah	42
1.5. Tujuan Penelitian	44
1.6. Manfaat Penelitian	45
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	47
2.1. Penjurusan di Pendidikan Tinggi dan Syarat Masuk Pendidikan Tinggi	49
2.2. Latar Belakang Teori	53
2.2.1. <i>Use Behavior</i>	53
2.2.2. <i>Self-Congruity</i>	64
2.2.3. <i>Social Influence</i>	67
2.2.4. <i>Information Usefulness</i>	68
2.2.5. <i>Behavioral Intention</i>	70

2.2.6. <i>Information Adoption</i>	74
2.3. Pengembangan Hipotesis Penelitian	77
2.3.1. Pengaruh <i>Self-Congruity</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	77
2.3.2. Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	79
2.3.3. Pengaruh <i>Information Usefulness</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	81
2.3.4. Pengaruh <i>Behavioral Intention</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	84
2.3.5. Pengaruh <i>Self-Congruity</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	86
2.3.6. Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	89
2.3.7. Pengaruh <i>Information Usefulness</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	90
2.3.8. Pengaruh <i>Information Adoption</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	92
2.3.9. Pengaruh <i>Information Usefulness</i> Terhadap <i>Information Adoption</i>	93
2.3.10. Pengaruh <i>Self-Congruity</i> , <i>Social Influence</i> dan <i>Information Usefulness</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	96
2.3.11. Pengaruh <i>Self-Congruity</i> Terhadap <i>Use Behavior</i> Dengan <i>Behavioral Intention</i> Sebagai Mediator	97
2.3.12. Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Use Behavior</i> Dengan <i>Behavioral Intention</i> Sebagai Mediator	98
2.3.13. Pengaruh <i>Information Usefulness</i> Terhadap <i>Use Behavior</i> Dengan <i>Behavioral Intention</i> Sebagai Mediator	99
2.3.14. Pengaruh <i>Information Usefulness</i> Terhadap <i>Use Behavior</i> Dengan <i>Information Adoption</i> dan <i>Behavioral Intention</i> Sebagai Mediator.....	100
2.4. Model Penelitian	102
2.5. Hipotesis Penelitian.....	102
BAB III METODE PENELITIAN	105
3.1. Paradigma Penelitian.....	105
3.2. Populasi dan Sampel	107
3.3. Instrumen.....	115
3.4. Pengumpulan Data	117
3.5. Variabel Eksogen dan Endogen	119
3.6. Definisi Konseptual Variabel.....	120
3.6.1. Dimensi dan Indikator <i>Use Behavior</i>	123
3.6.2. Dimensi dan Indikator <i>Self-Congruity</i>	124

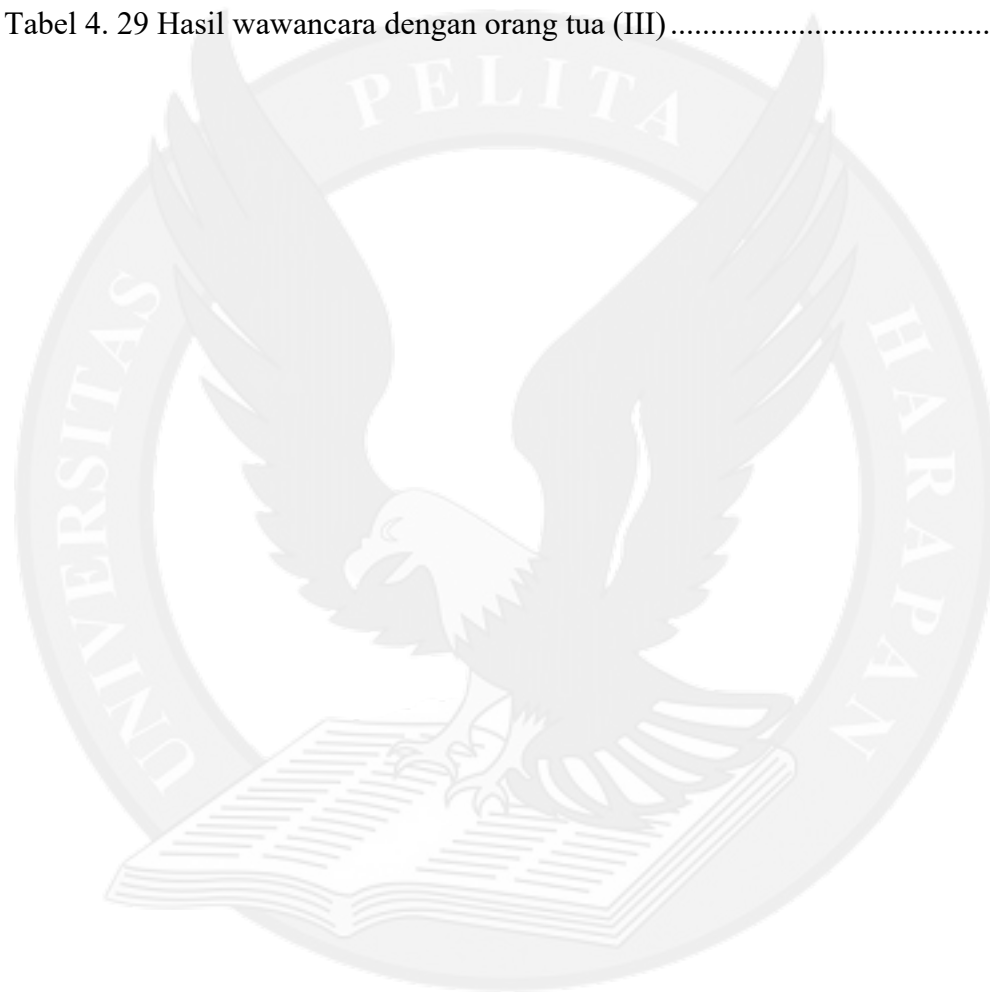
3.6.3. Dimensi dan Indikator <i>Social Influence</i>	125
3.6.4. Dimensi dan Indikator <i>Information Usefulness</i>	126
3.6.5. Dimensi dan Indikator <i>Behavioral Intention</i>	126
3.6.6. Dimensi dan Indikator <i>Information Adoption</i>	127
3.7. Analisis.....	129
3.7.1. Statistik Deskriptif	133
3.7.2. <i>Convergent Validity</i>	134
3.7.3. <i>Discriminant Validity</i>	135
3.7.4. Reliabilitas	137
3.7.5. <i>Multicollinearity</i>	138
3.7.6. <i>R-square</i>	138
3.7.7. <i>f-square</i>	139
3.7.8. <i>Q-square</i>	140
3.7.9. Uji Hipotesis (<i>Direct Effect</i> dan <i>Indirect Effect</i>)	141
3.7.10. Analisis Mediasi.....	142
3.8. Jadwal Penelitian.....	146
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	147
4.1. Profil Demografi Responden.....	147
4.2. Analisis Deskriptif Variabel.....	149
4.2.1. Hasil Analisis Variabel Eksogen	151
4.2.2. Hasil Analisis Variabel Endogen	162
4.2.3. Hasil Analisis Variabel Mediasi	164
4.3. Analisis PLS-SEM	174
4.4. <i>Measurement Model</i>	176
4.4.1. Uji <i>Convergent Validity</i>	176
4.4.2. Uji <i>Discriminant Validity</i>	184
4.4.3. Uji Reliabilitas	186
4.5. <i>Structural Model</i>	187
4.5.1. Uji <i>Multicollinearity</i>	188
4.5.2. Penilaian <i>Goodness of Fit Structural Model</i>	189
4.5.3. <i>Effect Size (f-square)</i>	191
4.5.4. <i>Coefficient of Determination</i>	193
4.5.5. <i>Direct Effect</i>	194

4.5.6. <i>Indirect Effect</i>	200
4.5.7. Analisis Mediasi – <i>Variance Accounted For (VAF)</i>	204
4.5.8. Uji F – Pengaruh Simultan.....	210
4.6. Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	213
4.7. <i>Importance-Performance Map Analysis (IPMA)</i>	223
4.7.1. IPMA Pada Konstruk <i>Behavioral Intention</i>	225
4.7.2. IPMA Pada Konstruk <i>Use Behavior</i>	228
4.8. Pembahasan Hipotesis.....	233
4.8.1. Pembahasan Hipotesis 1	234
4.8.2. Pembahasan Hipotesis 2	236
4.8.3. Pembahasan Hipotesis 3	238
4.8.4. Pembahasan Hipotesis 4	241
4.8.5. Pembahasan Hipotesis 5	242
4.8.6. Pembahasan Hipotesis 6	243
4.8.7. Pembahasan Hipotesis 7	245
4.8.8. Pembahasan Hipotesis 8	246
4.8.9. Pembahasan Hipotesis 9	248
4.8.10. Pembahasan Hipotesis 10	249
4.8.11. Pembahasan Hipotesis 11	251
4.8.12. Pembahasan Hipotesis 12	253
4.8.13. Pembahasan Hipotesis 13	254
4.8.14. Pembahasan Hipotesis 14	256
4.9. Hasil Wawancara Bersama Orang Tua	258
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	269
5.1. Kesimpulan	269
5.2. Implikasi Penelitian.....	281
5.2.1. Implikasi Teoritis	281
5.2.2. Implikasi Manajerial	292
5.2.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Mendatang.....	300
REFERENSI	303
RINGKASAN DISERTASI	435
PUBLICATION MANUSCRIPT	436

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Profil responden studi pendahuluan.....	24
Tabel 1. 2 Tanggapan responden atas pertanyaan terbuka.....	25
Tabel 1. 3 Hasil studi pendahuluan	26
Tabel 3. 1 Populasi dan sampel penelitian	114
Tabel 3. 2 Definisi konseptual variabel.....	120
Tabel 3. 3 Jadwal penelitian.....	146
Tabel 4. 1 Profil demografi responden.....	148
Tabel 4. 2 Statistik deskriptif <i>Self-Congruity</i>	151
Tabel 4. 3 Statistik deskriptif <i>Social Influence</i>	155
Tabel 4. 4 Statistik deskriptif <i>Information Usefulness</i>	158
Tabel 4. 5 Statistik deskriptif <i>Use Behavior</i> siswa	162
Tabel 4. 6 Statistik deskriptif <i>Information Adoption</i>	165
Tabel 4. 7 Statistik deskriptif <i>Behavioral Intention</i>	171
Tabel 4. 8 <i>Outer loadings</i>	177
Tabel 4. 9 <i>Outer loading</i> indikator yang valid.....	182
Tabel 4. 10 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	184
Tabel 4. 11 Hasil uji <i>discriminant validity Heterotrait-Monotrait (HTMT)</i>	185
Tabel 4. 12 Hasil uji <i>discriminant validity</i> metode Fornell-Larcker.....	185
Tabel 4. 13 <i>Composite reliability</i> hasil uji (CR).....	187
Tabel 4. 14 <i>Collinearity statistic (VIF)</i>	189
Tabel 4. 15 Nilai <i>R-square</i> model.....	189
Tabel 4. 16 Nilai <i>Q-square</i> model.....	191
Tabel 4. 17 Nilai <i>effect size</i>	192
Tabel 4. 18 <i>Coefficient of determination</i>	193
Tabel 4. 19 Hasil uji <i>direct effect</i>	195
Tabel 4. 20 Hasil uji <i>indirect effect</i>	201
Tabel 4. 21 Hasil uji efek mediasi <i>Information Adoption</i> dan <i>Behavioral Intention</i>	208
Tabel 4. 22 Ringkasan hasil pengujian hipotesis	214

Tabel 4. 23 Hasil IPMA <i>Behavioral Intention</i>	225
Tabel 4. 24 Hasil IPMA <i>Use Behavior</i>	229
Tabel 4. 25 Profil responden wawancara orang tua	259
Tabel 4. 26 Tanggapan orang tua atas pertanyaan terbuka	260
Tabel 4. 27 Hasil wawancara dengan orang tua (I).....	263
Tabel 4. 28 Hasil wawancara dengan orang tua (II)	265
Tabel 4. 29 Hasil wawancara dengan orang tua (III).....	267



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Gross Enrollment Rate</i> Pendidikan Tinggi di Dunia 2021.	19
Gambar 1. 2 <i>Gross Enrollment Rate</i> Nasional 2016-2021.	20
Gambar 1. 3 Mahasiswa terdaftar di DKI Jakarta 2015 – 2021.....	21
Gambar 1. 4 <i>Gross Enrollment Rate</i> DKI Jakarta 2018 – 2021.....	23
Gambar 2. 1 Peta literatur	48
Gambar 2. 2 <i>Theory of Reasoned Action</i>	54
Gambar 2. 3 <i>Theory of Planned Behavior</i>	57
Gambar 2. 4 <i>Theory of Planned Behavior</i>	57
Gambar 2. 5 <i>Technology Acceptance Model</i>	63
Gambar 2. 6 <i>Information Adoption Model</i>	76
Gambar 2. 7 Model konseptual hubungan antara <i>Self-Congruity, Social Influence, Information Usefulness, Information Adoption, Behavioral Intention</i> dan <i>Use Behavior</i>	102
Gambar 3. 1 Model mediasi sederhana	143
Gambar 4. 1 Spesifikasi model SmartPLS	176
Gambar 4. 2 Hasil perhitungan PLS <i>Algorithm</i>	177
Gambar 4. 3 Hasil perhitungan PLS <i>Algorithm</i> indikator yang valid.....	181
Gambar 4. 4 Hasil perhitungan PLS <i>Bootstrapping</i>	188
Gambar 4. 5 Prosedur analisis mediator	206
Gambar 4. 6 <i>Importance-Performance matrix</i>	224
Gambar 4. 7 Matriks kuadran IPMA variabel <i>latent Behavioral Intention</i>	225
Gambar 4. 8 Matriks kuadran IPMA variabel <i>manifest Behavioral Intention</i>	227
Gambar 4. 9 Matriks kuadran IPMA variabel <i>latent Use Behavior</i>	229
Gambar 4. 10 Matriks kuadran IPMA variabel <i>manifest Use Behavior</i>	231

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Informasi Umum.....	333
Lampiran 2. Pertanyaan indikator <i>Use Behavior</i> siswa	334
Lampiran 3. Pertanyaan indikator <i>Actual Self-Congruity</i>	334
Lampiran 4. Pertanyaan indikator <i>Ideal Self-Congruity</i>	335
Lampiran 5. Pertanyaan indikator <i>Social Self-Congruity</i>	335
Lampiran 6. Pertanyaan indikator <i>Ideal Social Self-Congruity</i>	336
Lampiran 7. Pertanyaan indikator <i>Social Influence</i> - Keluarga	336
Lampiran 8. Pertanyaan indikator <i>Social Influence</i> - Teman.....	337
Lampiran 9. Pertanyaan indikator <i>Social Influence</i> - Guru.....	337
Lampiran 10. Pertanyaan indikator <i>Information Usefulness</i> - Media.....	338
Lampiran 11. Pertanyaan indikator <i>Information Usefulness</i> – Media online	338
Lampiran 12. Pertanyaan indikator <i>Information Usefulness</i> – social media <i>Universitas</i>	339
Lampiran 13. Pertanyaan indikator <i>Information Usefulness</i> – social media <i>influencer</i>	339
Lampiran 14. Pertanyaan indikator <i>Behavioral Intention</i> siswa.....	340
Lampiran 15. Pertanyaan indikator <i>Information Adoption</i> – Media online	340
Lampiran 16. Pertanyaan indikator <i>Information Adoption</i> – social media universitas	341
Lampiran 17. Pertanyaan indikator <i>Information Adoption</i> – social media <i>influencer</i>	342
Lampiran 18. Data informasi umum responden.....	343
Lampiran 19. Data jawaban responden indikator <i>Use Behavior</i> siswa.....	361
Lampiran 20. Data jawaban responden indikator <i>Self-Congruity</i>	370
Lampiran 21. Data jawaban responden indikator <i>Self-Congruity</i> (Lanjutan)....	378
Lampiran 22. Data jawaban responden indikator <i>Social Influence</i>	386
Lampiran 23. Data jawaban responden indikator <i>Social Influence</i> (lanjutan) ...	394
Lampiran 24. Data jawaban responden indikator <i>Information Usefulness</i>	402
Lampiran 25. Data jawaban responden indikator <i>Behavioral Intention</i>	410

Lampiran 26. Data jawaban responden indikator *Information Adoption*..... 418
Lampiran 27. Data jawaban responden indikator *Information Adoption* (lanjutan)
..... 426

