

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

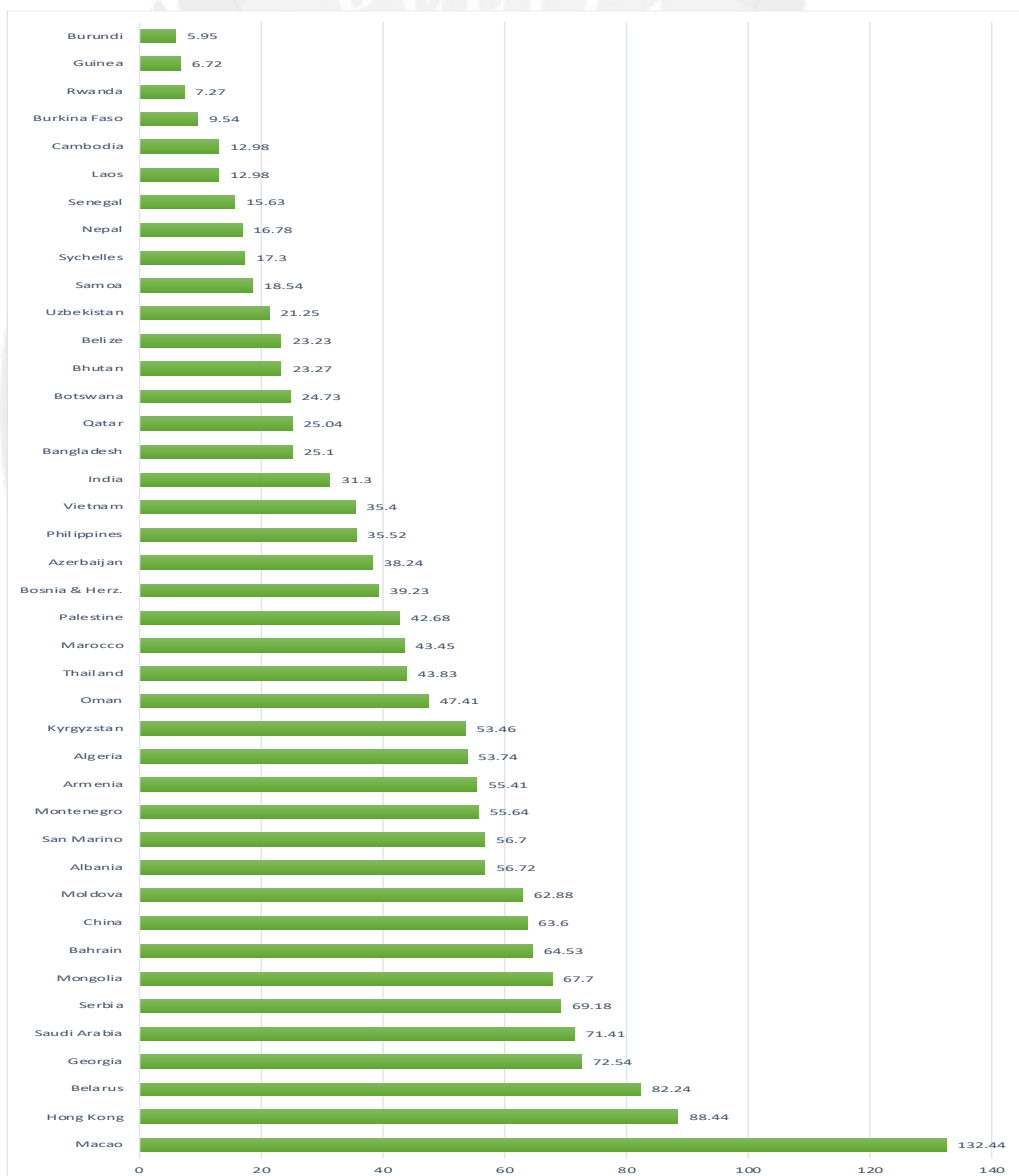
Presiden Joko Widodo telah mengidentifikasi pendidikan sebagai salah satu arah utama pertumbuhan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024. Tujuan pembangunan berkelanjutan untuk memastikan pendidikan berkualitas yang inklusif dan merata sehingga dapat meningkatkan kesempatan belajar sepanjang hayat bagi seluruh rakyat Indonesia. Bidang Pendidikan sebagai strategi untuk menjalankan misi Nawacita dan mencapai tujuan Visi Indonesia 2045, merupakan langkah terakhir dari Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) 2005-2025 (BPS, 2020).

Pendidikan merupakan bagian dari arah pertumbuhan Sumber Daya Manusia (SDM), yaitu mengembangkan sumber daya manusia pekerja keras yang dinamis, efisien, dan profesional. SDM yang menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi dengan bantuan kerja sama industri dan talenta global. Pertumbuhan SDM merupakan salah satu dari tujuh prioritas pembangunan yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, daya saing, dan produktivitas SDM. Pertumbuhan SDM menciptakan masyarakat yang aman, cerdas, adaptif, kreatif, profesional, serta berkepribadian baik. Dalam RPJMN 2020-2024, prioritas utama pembangunan pendidikan tetap pada peningkatan mutu dan pemerataan pelayanan pendidikan (BPS, 2020).

Peningkatan mutu pendidikan dan pemerataan pelayanan pendidikan tentunya berhubungan dengan partisipasi siswa mengikuti serta aktif di Pendidikan Tinggi. *Gross*

Enrollment Rate (GER) adalah rasio siswa yang sebenarnya terdaftar dengan populasi yang dapat mendaftar. GER merupakan indikator dasar dalam menentukan daya serap anak usia sekolah pada setiap jenjang Pendidikan. Pada jenjang Pendidikan Tinggi (D1-D4 dan S1) dihitung berdasarkan kelompok usia 19-23 tahun (Kemenristekdikti, 2019; Kemendikbud, 2020).

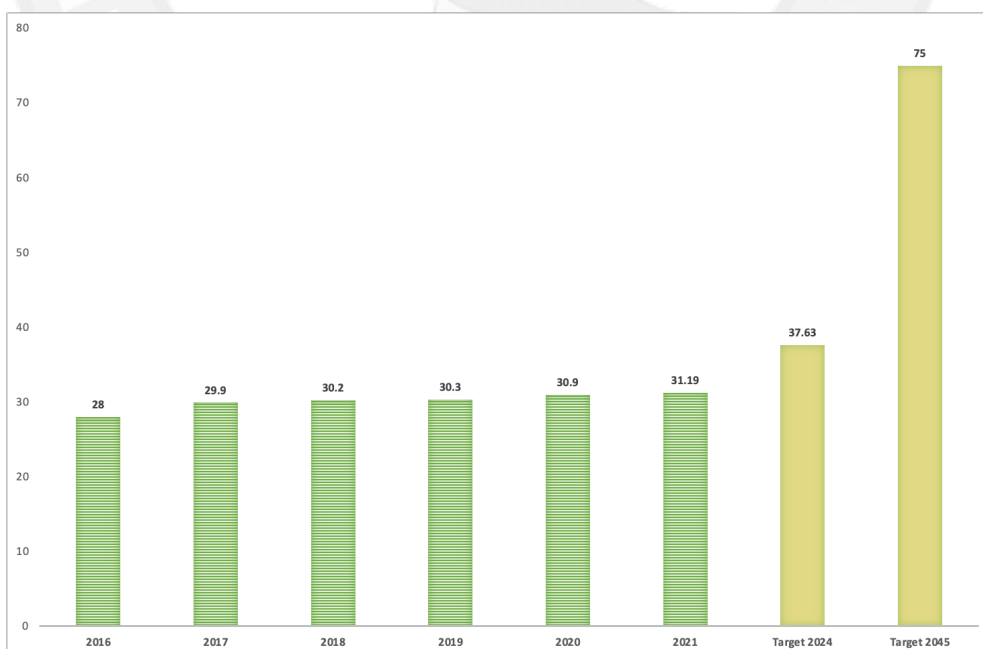
Gambar 1. 1 Gross Enrollment Rate Pendidikan Tinggi di Dunia 2021.



(Sumber: *theglobaleconomy.com*, 2023)

Gambar 1.1, memperlihatkan GER tahun 2021 dari 41 negara di dunia. Rata-rata GER dunia yang diperoleh dari 41 negara tersebut adalah sebesar 42,20%. Macao menempati urutan tertinggi dengan pencapaian 132,44%, sedangkan Burundi menempati urutan terbawah dengan pencapaian GER sebesar 5,95%. Dengan menggunakan persamaan statistik diperoleh nilai median dari 41 negara tersebut sebesar 39,23%. Bagaimana dengan rata-rata GER Asia? Negara-negara yang berada di Asia, antara lain: Macao, Hong Kong, Georgia, Saudi Arabia, Mongolia, Bahrain, China, Armenia, Kyrgyzstan, Oman, Thailand, Palestine, Azerbaijan, Philippines, Vietnam, India, Bangladesh, Qatar, Bhutan, Uzbekistan, Nepal, Cambodia, dan Laos. Dari 23 negara Asia ini diperoleh rata-rata GER Asia 2021 sebesar 47,01%, atau lebih besar dari rata-rata dunia sebesar 42,20%. Macao sebagai salah satu negara di Asia yang menempati urutan teratas dengan pencapaian 132,44%. Cambodia dan Laos menempati urutan terbawah di Asia, dengan pencapaian 12,98% di tahun 2021.

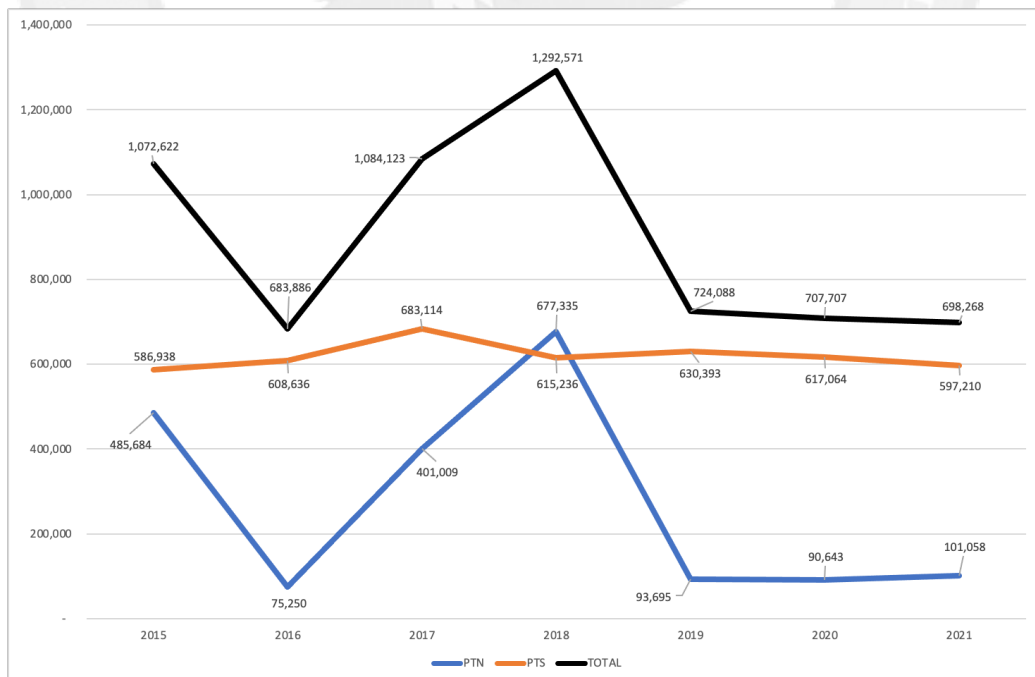
Gambar 1.2 Gross Enrollment Rate Nasional 2016-2021.



(Sumber: BPS, 2020, 2021; Permendikbudristek, 2022)

Bagaimana dengan GER di Indonesia sebagai salah satu negara di Asia? Gambar 1.2 memperlihatkan GER Nasional dari tahun 2016-2021. Peneliti melihat GER Indonesia selama kurun waktu enam tahun terakhir dibandingkan dengan target RPJMN 2024 sebesar 37,63%. Pada tahun 2016 GER Indonesia mencapai 28%, kemudian pada tahun 2017 GER Indonesia mencapai 29,9%. Tahun 2018 GER Indonesia mencapai 30,2% dan tahun 2019 GER Indonesia mencapai 30,3%. Pada tahun 2020 GER Indonesia mencapai 30,9% dan tahun 2021 GER Indonesia di Pendidikan Tinggi mencapai 31,19%. Artinya masih terdapat gap sebesar 6,44% dari RPJMN. Dibandingkan dengan rata-rata dunia, masih terdapat gap sebesar 11,01%. Sedangkan dibandingkan rata-rata Asia, masih terdapat gap sebesar 14,66%. Disamping itu dengan memperhatikan trend peningkatan GER selama enam tahun ini, maka pencapaian target Indonesia Emas 2045 sebesar 75% perlu banyak perhatian dan peningkatan.

Gambar 1.3 Mahasiswa terdaftar di DKI Jakarta 2015 – 2021.



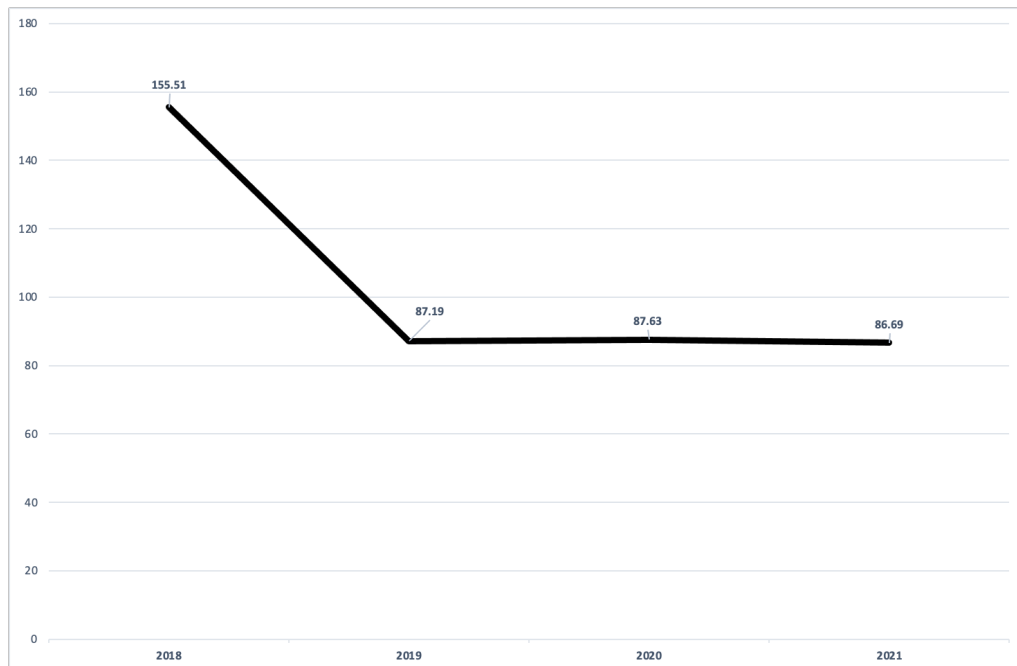
(Sumber: Kemenristekdikti, 2018, 2019; Kemendikbud, 2020, 2021)

Gambar 1.3 menunjukkan perubahan jumlah mahasiswa terdaftar selama periode 2015 hingga 2021 di propinsi DKI Jakarta. Jumlah mahasiswa di Perguruan Tinggi Swasta (PTS) mengalami fluktuasi dalam periode tersebut. Pada tahun 2015, jumlah mahasiswa naik sebesar 3,6% dari tahun sebelumnya. Kemudian, pada tahun 2017, terjadi lonjakan signifikan sebesar 10,9%. Namun, pada tahun 2018, terjadi penurunan drastis sebesar 11%. Pada tahun 2019, terjadi kenaikan sebesar 2,4%, tetapi pada tahun 2020, jumlah mahasiswa Kembali mengalami penurunan sebesar 2,2%. Akhirnya, pada tahun 2021, tercatat bahwa jumlah mahasiswa terdaftar di PTS turun sebesar 3,3%, dengan jumlah total mahasiswa mencapai 597.210.

Perguruan Tinggi Negeri (PTN) di DKI Jakarta mengalami perubahan yang signifikan dalam grafiknya. Pada tahun 2016, terjadi penurunan drastis sebesar 545,4%. Meskipun pada tahun 2017 terjadi peningkatan sebesar 81,2% dalam jumlah mahasiswa terdaftar di PTN, namun jumlah ini masih belum mencapai jumlah mahasiswa terdaftar pada tahun 2015. Pada tahun 2017, jumlah mahasiswa terdaftar mencapai 401.009, yang masih lebih rendah dari jumlah mahasiswa pada tahun 2015, yaitu 485.684 mahasiswa.

Pada tahun 2018, terjadi peningkatan sebesar 40,8% dalam jumlah mahasiswa terdaftar di PTN. Namun, pada tahun berikutnya, terjadi penurunan yang drastis sebesar 622,9%, dan penurunan berlanjut di tahun 2020 dengan jumlah mahasiswa terdaftar sebanyak 90.643 mahasiswa. Pada tahun 2021, terjadi peningkatan sebesar 10,3% dengan jumlah mahasiswa terdaftar sebanyak 101.058 mahasiswa.

Gambar 1. 4 *Gross Enrollment Rate* DKI Jakarta 2018 – 2021.



(Sumber: Kemenristekdikti, 2018, 2019; Kemendikbud, 2020, 2021)

Secara total, Perguruan Tinggi di DKI Jakarta, termasuk PTN dan PTS, mengalami penurunan GER. Pada tahun 2018, GER DKI Jakarta mencapai 155,51%. Kemudian, GER tersebut mengalami penurunan menjadi 87,19% pada tahun 2019. Pada tahun 2020, terjadi sedikit peningkatan GER menjadi 87,63%. Namun, pada tahun 2021, GER DKI Jakarta kembali mengalami penurunan menjadi 86,69%. Oleh karena itu, DKI Jakarta perlu melakukan perbaikan-perbaikan untuk meningkatkan pencapaian GER sesuai dengan target yang telah ditetapkan dalam RPJMN.

Bagaimana mempertahankan dan meningkatkan *Gross Enrollment Rate*? Salah satu solusi yang diberikan adalah meningkatkan jumlah pendaftaran yang dilakukan oleh siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) ke Perguruan tinggi, baik PTN maupun PTS. Siswa SMA sebagai pelaku utama perlu mengambil keputusan penting demi masa depan mereka. Mereka harus memilih jurusan di Pendidikan Tinggi dan kemudian melakukan pendaftaran ke perguruan tinggi. Dengan demikian jika *Use Behavior* siswa dalam

memilih jurusan di Pendidikan Tinggi meningkat, maka GER juga akan meningkat.

1.1.1. Studi Pendahuluan

Tabel 1. 1 Profil responden studi pendahuluan

Profil		Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Pria	50	72,5%
	Wanita	19	27,5%
Usia	20 – 24	43	62,3%
	25 – 30	26	37,7%
Jabatan	<i>Management Trainee</i>	69	100%

Peneliti melakukan studi pendahuluan terhadap 69 lulusan sarjana yang diterima sebagai *management trainee* di beberapa perusahaan berskala nasional di DKI Jakarta. Tujuan studi pendahuluan tersebut guna mendapatkan pengetahuan faktor-faktor yang mempengaruhi *Use Behavior* responden ketika memilih jurusan di Pendidikan Tinggi. Sebanyak 50 pria dan 19 wanita mengikuti studi pendahuluan tersebut. Responden dengan usia antara 20-24 tahun adalah responden yang baru menyelesaikan program sarjana sebanyak 43 orang. Responden yang telah mengikuti program *management trainee* antara satu hingga dua tahun, dengan sebaran usia antara 25-30 tahun sebanyak 26 orang.

Use Behavior dapat diartikan sebagai kegiatan mengaplikasikan atau *Behavior* yang ditunjukkan secara konkret terhadap suatu produk atau keputusan dalam segmen tertentu (Gansser and Reich, 2021). Untuk menentukan *Use Behavior* siswa dalam memilih jurusan di Pendidikan Tinggi, peneliti memberikan

pertanyaan terbuka kepada 69 responden. Beberapa contoh tanggapan responden atas pertanyaan terbuka dapat dilihat di Tabel 1.2.

Tabel 1.2 Tanggapan responden atas pertanyaan terbuka

Pertanyaan	Tanggapan
Setelah mendapatkan gelar sarjana, dapatkan Anda menceritakan mengapa memilih jurusan tersebut?	Saya mengambil jurusan tersebut karena saya menyukai dibidang alam, kegiatan lapangan seperti pertanian. Dan <i>basic</i> dari keluarga terutama Kakek lebih ke bidang pertanian, dan menurut saya pertanian itu mencakup segala hal yang ada di Bumi Pertiwi.
Darimana Anda mengetahui mengenai jurusan tersebut? Ceritakan dengan detail bagaimana prosesnya?	Dari cerita senior pada saat SMA, dan juga referensi dari internet.
Jelaskan dengan detail faktor-faktor yang paling mempengaruhi Anda dalam memilih jurusan tersebut?	Saya memilih jurusan berdasarkan kecintaan dan kesukaan dari ilmu yang terdapat pada jurusan tersebut. Faktor dukungan merupakan salah satu yang penting juga, terutama dari orang tua dan keluarga.
Mengapa memilih universitas (dimana Anda lulus), apa faktor yang mempengaruhi Anda?	Orang tua mengijinkan saya kuliah di Bogor dibandingkan di Bandung. Saya inginnya di ITB.
Apakah Anda memahami akreditasi universitas dan jurusan Anda? Darimana informasi tersebut diperoleh?	Informasi dari internet untuk daftar perguruan tinggi terbaik. Baik daftar dari Indonesia dan juga dari website internasional (QS University ranking dan THE).

Tanggapan-tanggapan atas pertanyaan terbuka yang diberikan kemudian dikelompokkan guna mendapatkan frekuensi terbanyak atas faktor-faktor yang perlu diteliti lebih lanjut, seperti terlihat pada Tabel 1.3.

Tabel 1. 3 Hasil studi pendahuluan

Faktor-Faktor	Jumlah	Persentase
Kesukaan/Kepribadian	43	62,3%
Akreditasi	41	59,4%
Informasi Universitas	37	53,6%
Rekomendasi Teman/Guru/Orang Tua/Keluarga	36	52,2%
Lokasi Universitas	15	21,7%
Beasiswa	9	13%
Biaya	9	13%

Peneliti menyusun secara prioritas tujuh tanggapan yang paling sering muncul. Berdasarkan hasil studi pendahuluan, kesukaan responden terhadap mata pelajaran tertentu dan kesukaan terhadap profesi tertentu berada pada urutan teratas sebesar 62,3%. Kemudian akreditasi jurusan dan universitas yang dipilih sebesar 59,4%. Akreditasi adalah penilaian mutu suatu lembaga pendidikan, termasuk Perguruan tinggi. Akreditasi lebih tepatnya diartikan sebagai upaya pemerintah untuk membakukan serta menjamin kualitas lulusan sebuah perguruan tinggi. Akreditasi memungkinkan perguruan tinggi tidak hanya mencapai dan mempertahankan standar kualitas tetapi juga untuk menarik siswa (Ulker and Bakioglu, 2019).

Namun, bagaimana seorang calon mahasiswa mendapatkan pengetahuan mengenai akreditasi suatu jurusan atau universitas? Responden dari studi pendahuluan ini memperoleh informasi mengenai akreditasi jurusan dan universitas melalui pencarian mereka melalui jaringan internet. Baik secara langsung ke laman universitas yang dituju, atau laman-laman yang mengulas mengenai akreditasi jurusan dan universitas. Faktor akreditasi jurusan dan universitas sangat dipengaruhi oleh faktor informasi yang diterima

ataupun didapatkan responden. Secara logis, akreditasi jurusan dan universitas tidak akan memberikan dampak besar apabila informasi tersebut tidak diterima oleh responden, atau apabila informasi yang diperoleh responden salah. Informasi menjadi dampak yang lebih berpengaruh dibandingkan akreditasi. Informasi sendiri menjadi faktor penting menurut responden dengan muncul sebanyak 53,6%.

Selanjutnya 36 responden atau sebesar 52,2% menyatakan mendapatkan pengaruh dari teman, guru dan orang tua ketika responden memutuskan jurusan dan universitas. 15 responden atau sebesar 21,7% memutuskan berdasarkan lokasi universitas, sedangkan biaya dan beasiswa yang diperoleh menjadi faktor sebagian kecil responden (9 responden atau sebesar 13%) dalam memutuskan jurusan di Pendidikan Tinggi.

1.1.2. Kerangka Kerja Dalam Memilih Jurusan di Pendidikan Tinggi

Berbagai kerangka kerja telah dibuat untuk membantu siswa memilih jurusan di Pendidikan Tinggi. *Campbell Interest and Skill Survey* adalah penilaian laporan diri tentang bakat dan minat yang dirasakan yang dapat digunakan dalam nasihat karier, pendidikan dan pelatihan. *Campbell Interest and Skill Survey* terdiri dari tiga skala: Orientasi, Dasar dan Pekerjaan. Skala Orientasi pada prinsipnya dikembangkan dengan analisis faktor dari 29 skala dasar *Campbell Interest and Skill Survey* (Sullivan and Hansen, 2004).

Model *Structural Path Analysis* digunakan untuk melihat hubungan antara personality dari seorang yang introvert dibandingkan dengan seorang yang ekstrovert terhadap *vocational interest*. Namun, mereka membatasi kepada bidang studi matematika dan *science* (Lapan, Shaughnessy and Boggs, 1996). Metode

Analytic Hierarchy Process adalah pendekatan pengambilan keputusan multi kriteria. Saaty, pendiri *Analytic Hierarchy Process* pada tahun 1994, menggunakan kombinasi logika dan intuisi, serta kemampuan untuk mengevaluasi opsi-opsi. *Analytic Hierarchy Process* membagi masalah menjadi banyak penilaian yang lebih kecil dan lebih mudah. *Analytic Hierarchy Process* meminta responden untuk mengurutkannya menggunakan perbandingan berpasangan. Menyediakan pembuat keputusan dengan alat pengorganisasian untuk mendekati masalah yang lebih besar. *Analytic Hierarchy Process* terbukti memiliki kapasitas prediksi yang baik (88 persen) (Strasser, Ozgur and Schroeder, 2002).

Peneliti lain melihat *Behavior* manusia secara langsung yang didorong oleh keinginan untuk melakukan *Behavior* tersebut. Penelitian-penelitian terdahulu telah menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi *Use Behavior*. Hal ini sesuai dengan *Theory of Reasoned Action* yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein di tahun 1980. Semakin besar *Intention*, semakin besar kemungkinan *Behavior* akan tercapai (Zhang, 2007; Sathapornvajana and Watanapa, 2012; Kumar and Kumar, 2013). *Behavioral Intention* adalah indikator seberapa keras seseorang bersedia untuk mencoba, dan seberapa banyak upaya yang ingin mereka lakukan untuk melakukan *Behavior* tersebut (Ajzen, 1991).

Attitude terhadap *Behavior* dan *Subjective Norm* adalah dua elemen yang mempengaruhi terciptanya *Behavioral Intention* (Zhang, 2007; Sathapornvajana and Watanapa, 2012; Kumar and Kumar, 2013). *Theory of Planned Behavior*, menggambarkan bagaimana orang menciptakan *Intention* dan membuat keputusan dengan memilih hasil dengan nilai harapan tertinggi. *Theory of Planned Behavior*

memperkirakan bagaimana tiga variabel eksogen (*Attitude*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control*) berinteraksi untuk mempengaruhi *Behavioral Intention*, yang kemudian mengarah pada *Use Behavior* (Tang and Seng, 2016).

1.1.3. Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Siswa

Melalui mobilitas pekerjaan, seseorang mampu mengatasi ketidaksesuaian akademisnya setelah bekerja beberapa tahun, sementara bagi lulusan kejuruan masih cenderung tidak cocok (Berge, 2018). Akibatnya, keputusan memilih jurusan di Pendidikan Tinggi adalah langkah penting dalam proses pencarian karier seseorang. Siswa dihadapkan pada tugas atau aktivitas yang memerlukan proses pengambilan keputusan yang panjang. Mereka harus mengeksplorasi beberapa pilihan, merefleksikan minat dan kemampuan, membandingkan alternatif yang sesuai, kemudian memilih satu pilihan (Astorne-Figari and Speer, 2019).

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan siswa untuk mengejar gelar tertentu telah diselidiki secara menyeluruh menggunakan dasar konseptual *Theory of Reasoned Action* (Downey, Mcgaughey and Roach, 2011). *Theory of Reasoned Action* banyak digunakan dalam menjelaskan *Behavior* manusia di berbagai domain (Davis, Bagozzi and Warshaw, 1989; Zhao, Ni and Zhou, 2018). *Theory of Reasoned Action* diterima secara luas sebagai paradigma yang berguna untuk menjelaskan *Behavior* manusia (Sathapornvajana and Watanapa, 2012).

Theory of Reasoned Action muncul dari psikologi sosial untuk menjelaskan *Behavioral Intention*. Setelah itu *Theory of Reasoned Action* telah banyak diterapkan dalam bidang pemasaran, teknologi informasi, dan pendidikan

kesehatan. Fishbein dan Ajzen (1975) menetapkan *Theory of Reasoned Action* untuk melihat variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan siswa untuk mengambil jurusan bisnis (Kumar and Kumar, 2013).

Setelah Fishbein dan Ajzen memperkenalkan konsep *Theory of Reasoned Action*. Pada tahun 1985 Ajzen kemudian memperkenalkan konsep *Theory of Planned Behavior*. Dalam perjalanannya di tahun 1988, Ajzen kemudian mengembangkan ide *Theory of Reasoned Action* ke dalam *Theory of Planned Behavior*. *Theory of Planned Behavior* telah memberikan model *Behavior* yang sepertinya sesuai untuk menganalisis pilihan siswa (Tang and Seng, 2016; Lim and An, 2021).

Menurut landasan *Theory of Reasoned Action*, keinginan seseorang untuk melakukan suatu *Behavior* adalah yang mendorong mereka untuk melakukannya. *Intention* tersebut diciptakan oleh *Attitude* mereka dan *Subjective Norm* (Downey, Mcgaughey and Roach, 2011; Kumar and Kumar, 2013). Sedangkan dalam *Theory of Planned Behavior*, idenya menyatakan bahwa individual *Intention* untuk terlibat dalam *Behavior* lebih kuat jika *Attitude* dan *Subjective Norm* berkaitan dengan *Behavior* dan *Perceived Behavioral Control* yang menguntungkan. Sejauh mana *Attitude*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* mempengaruhi prediksi *Intention* untuk melakukan tindakan tertentu berbeda tergantung pada *Behavior* dan keadaan (Tang and Seng, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Downey, Mcgaughey dan Roach (2011) memperlihatkan bahwa *Attitude* siswa terhadap jurusan yang dipilih mempengaruhi *Intention* mereka untuk mengejar karier pekerjaam di bidang tertentu. *Attitude* siswa pada gilirannya dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk

Self-Image dan *Social Image*. Kumar dan Kumar (2013) memperlihatkan hasil yang sama dimana *Attitude* siswa terhadap jurusan bisnis dipengaruhi oleh faktor *Social Image*.

Self-Image juga dapat berperan dalam menentukan jurusan. Hal ini berkaitan dengan citra sosial, yaitu bagaimana seseorang melihat rasa hormat atau status yang melekat pada jurusan tersebut. Bedanya, dalam *personal branding*, subjek *image* ini adalah orangnya, bukan pekerjaan atau bidang akademisnya. Jurusan atau karier yang dipilih seseorang dapat dipengaruhi oleh bagaimana mereka memandang diri mereka sendiri atau motivasi secara internal (Downey, Mcgaughey and Roach, 2011).

Kata *Self-Congruity*, *Self-Congruence*, *Self-Image Congruence*, dan *Image Congruence* sering digunakan secara bergantian dalam literatur *Behavior* konsumen (Hashemi *et al.*, 2020). Dengan demikian dalam model penelitian ini peneliti melihat *Attitude* dipengaruhi oleh *Self-Image* atau *Self-Congruity*. Istilah *Self-Congruity* mengacu pada perangkat psikologis yang menyederhanakan dan merampingkan informasi menjadi isyarat. Isyarat tersebut memungkinkan individu merasakan kesesuaian, atau ketidaksesuaian, antara objek yang diminati dan preferensi diri (Confente, Scarpi and Russo, 2020; Tassiello and Tillotson, 2020).

Self-Congruity yang merupakan proses psikologis dan hasil siswa membandingkan persepsi mereka mengenai jurusan Pendidikan yang akan ditempuh, dengan kepribadian mereka. Khususnya konsep siswa mengenai *Actual Self-Congruity*, *Ideal Self-Congruity*, bahkan *Social Self-Congruity* (Sirgy, 2018). Penilaian siswa dipengaruhi oleh *Self-Congruity*. Namun, ini tidak menyatakan mereka menyadari untuk mengatakan

sesuatu kepada diri sendiri. Tetapi jika siswa menyadari mungkin lebih mudah untuk mereka memutuskannya (Moinat and Müller, 2010; Sirgy, 2018).

Peneliti melihat hubungan antara minat dan *Self-Congruity*, dengan sukses di Pendidikan Tinggi. Dengan menggunakan moderator lingkungan, fleksibilitas individu dan defenisi kesesuaian. Hasilnya memperlihatkan adanya hubungan yang kuat antara *Self-Congruity* dan sukses di Pendidikan Tinggi (Tracey, Allen and Robbins, 2012). Penelitian lain menunjukkan bahwa kesesuaian antara minat siswa dengan jurusan di Pendidikan Tinggi memprediksi kesabaran siswa menjalani perkuliahan. Siswa lebih cenderung bertahan di jurusan tersebut (Moore and Cruce, 2020).

Faktor berikutnya dari *Theory of Reasoned Action* maupun *Theory of Planned Behavior* adalah *Subjective Norm*. Pendapat relevan dari orang-orang yang penting bagi siswa, seperti orang tua, teman, dan guru disebut sebagai *Subjective Norm* (Downey, Mcgaughey and Roach, 2011). *Social Influence* didefinisikan sebagai pandangan seorang individu bahwa kebanyakan orang lain yang penting baginya berpikir dia harus atau tidak seharusnya mengambil keputusan yang dimaksud (Chauhan and Jaiswal, 2016; Nikou and Economides, 2017; T. Zhang *et al.*, 2020).

Subjective Norm dan *Social Influence* menyatakan defenisi yang sama, dimana pengaruh dari kebanyakan orang lain yang penting baginya adalah pengaruh dari orang tua, teman dan guru. Dengan demikian, seorang siswa memutuskan jurusan dan berencana untuk mengejar pekerjaan di bidang tertentu tergantung pada pengaruh orang lain (*Social Influence*) atau adanya motivasi eksternal (Downey, Mcgaughey and Roach, 2011). Individu memiliki tingkat *Behavioral Intention* yang tinggi untuk

terlibat dalam aktivitas yang diharapkan ketika mereka memiliki sikap yang menguntungkan terhadap *Behavior* potensial. Mereka mematuhi tekanan sosial untuk berperilaku (*Social Influence*), dan percaya bahwa mereka dapat melakukan *Behavior* tersebut (Tang and Seng, 2016; Hiatt, Swaim and Maloni, 2018).

Pengalaman belajar siswa ditentukan oleh Teori Karier Kognitif Sosial. Hal ini kemudian mempengaruhi pilihan karier melalui keyakinan efikasi diri. Menurut model opsi Teori Karier Kognitif Sosial: Ketika siswa percaya diri dalam suatu domain dan memiliki ekspektasi hasil yang optimis. Minat mereka pada domain tersebut kemungkinan besar akan berkembang dalam *Social Influence* yang mendukung (Pinxten *et al.*, 2014).

Minat pribadi siswa dan kepribadiannya memberikan dampak signifikan dalam menentukan karier dan jurusan. Namun tanpa adanya *Social Influence* yang mendukung, siswa dapat kehilangan motivasinya dan dapat merubah keputusannya di saat terakhir (Pinxten *et al.*, 2014). Banyak peneliti memandang pemilihan jurusan sebagai representasi dalam memilih pekerjaan. Orang berfungsi paling baik dan lebih puas dalam lingkungan kerja yang sesuai dengan minat mereka, ini menurut asumsi sederhana (Tracey and Robbins, 2006).

Database nasional berskala besar digunakan dalam penelitian longitudinal untuk melihat tren minat dan kemampuan akademis. Peneliti membaginya pada tiga titik waktu: kelas delapan, kelas sepuluh, dan kelas dua belas. Gender tidak berdampak pada pengambilan keputusan siswa, menurut temuan tersebut. Minat mereka tetap stabil dari kelas delapan hingga kelas dua belas, dan itu tumbuh seiring waktu. Melalui penyelidikan lebih lanjut, ditemukan bahwa minat siswa

kurang dipengaruhi oleh individu dan minat terhadap karier. Siswa lebih dipengaruhi oleh kelas 12. Penemuan tersebut mendukung nilai kelas 12 sebagai tahun yang harus difokuskan pada penelitian. *Self-Congruity* dan konsistensi meningkat di kelas 10, tetapi keduanya menurun di kelas 12. Hal ini menunjukkan bahwa sudah waktunya untuk mengevaluasi ulang (Tracey and Robbins, 2005; Tracey, Robbins and Hofsess, 2005). Kelas 12 menjadi titik dimana keputusan siswa dalam menentukan jurusan di Pendidikan Tinggi dan karier di masa depan dengan pertimbangan keadaan *Social Influence* siswa (Payne, 2002; Tracey and Robbins, 2005; Tracey, Robbins and Hofsess, 2005; Collado, Staats and Sancho, 2019). Dampak orang lain ini digambarkan sebagai *Social Influence* oleh peneliti. *Social Influence* ini berlaku sejauh mana seseorang terdorong mematuhi standard orang lain yang berkuasa. Baik secara individu ataupun kelompok, dan apakah individu atau kelompok ini menyetujui atau tidak menyetujui tindakan yang dilakukan (Collado, Staats and Sancho, 2019).

Sementara hubungan antara *Behavior Control* dan *Behavioral Intention*, tidak signifikan (Huang, 2011). *Behavior Control* yang dirasakan mengacu pada seberapa sederhana atau sulitnya untuk melakukan *Behavior*. Hal ini seringkali membutuhkan pengetahuan sebelumnya atau pengalaman sebelumnya, tantangan yang diantisipasi, dan hambatan. Hal ini juga berkaitan dengan kapasitas dan keyakinan seseorang dalam kemampuannya menghadapi rintangan (Tang and Seng, 2016). Dalam konteks pengambilan keputusan terhadap jurusan di Pendidikan Tinggi, siswa belum memiliki pengalaman masa lalu yang mampu memberikan pengaruh terhadap *Behavior Control* mereka, sehingga variabel ini

kurang relevan untuk diteliti dalam konteks memilih jurusan di Pendidikan Tinggi.

Siswa dalam menentukan jurusan di Pendidikan Tinggi banyak dipengaruhi oleh teman sebaya. Ada juga perencanaan secara khusus, atau melihat kondisi pasar tenaga kerja, dan pendapatan masa depan (Germeijs *et al.*, 2012; Astorne-Figari and Speer, 2019). Pandangan dan pengaruh referensi atau informasi, yang dimulai dari keluarga dan teman sebaya, hingga guru mungkin berdampak signifikan pada pilihan utama siswa (Lee and Lee, 2003).

Universitas dituntut harus menyediakan sarana untuk membantu siswa memutuskan jurusan. Universitas disarankan memberikan lebih banyak informasi tentang bagaimana jurusan yang berbeda terkait dengan pekerjaan. Informasi-informasi tersebut dapat membantu siswa membuat keputusan (Kumar and Kumar, 2013). *Information Usefulness* adalah persepsi pengguna tentang keandalan informasi. Apakah komentar atau ulasan yang ada di *social media* berharga atau tidak, karena persepsi kegunaan mengarah pada *Behavioral Intention* pelanggan untuk mengadopsi informasi (Hussain *et al.*, 2017). *Information Usefulness* dianggap sebagai prediktor pencarian informasi karena individu cenderung terlibat dengan materi ketika dianggap bermanfaat (Lee and Lee, 2003). Antecedent ini memiliki hubungan yang substansial dengan *Behavioral Intention* siswa (Lee and Lee, 2003; Ha and Ahn, 2011; Zhang, Ito and Liu, 2018). Faktor informasi tersebut tidak dibahas melalui konsep *Theory of Reasoned Action* maupun *Theory of Planned Behavior*. Namun, faktor informasi diperoleh melalui *Technology Acceptance Model* (Davis, Bagozzi and Warshaw, 1989; Venkatesh *et al.*, 2003).

Berdasarkan hasil studi pendahuluan dan uraian diatas, maka variabel yang akan dianalisis lebih lanjut guna menentukan *Use Behavior* siswa dalam memilih jurusan di Pendidikan Tinggi adalah: 1) *Self-Congruity* yang merupakan proses psikologis dan hasil siswa membandingkan persepsi atau kesukaan mereka mengenai jurusan Pendidikan yang akan ditempuh, dengan kepribadian mereka (Sirgy, 2018); 2) *Behavioral Intention* indikator seberapa keras seseorang bersedia untuk mencoba, dan seberapa banyak upaya yang ingin mereka lakukan untuk melakukan *Behavior* tersebut (Ajzen, 1991); 3) Dampak teman, guru dan orang tua yang digambarkan sebagai *Social Influence* yaitu sejauh mana seseorang terdorong mematuhi standard orang lain yang berkuasa (Collado, Staats and Sancho, 2019); dan 4) *Information Usefulness* dianggap sebagai prediktor pencarian informasi karena individu cenderung terlibat dengan materi ketika dianggap bermanfaat (Lee and Lee, 2003).

1.1.4. Hubungan Antar Variabel

Beberapa penelitian menunjukkan hubungan yang signifikan dan tidak signifikan antara setiap variabel yang ada. Hubungan yang signifikan dari *Self-Congruity* terhadap *Use Behavior* diperoleh melalui beberapa penelitian (Kang *et al.*, 2013; Shin, Hancer and Song, 2016; Li *et al.*, 2020). Pada saat yang sama peneliti menemukan hubungan yang tidak signifikan antara *Self-Congruity* terhadap *Use Behavior* (Li *et al.*, 2020). Upaya untuk mengeksplorasi *Self-Congruity* sebagai prediktor dari beberapa jenis *Behavior* konsumen seperti penggunaan produk, *Behavior Intention* membeli, *Behavior Intention* mengulangi, memilih toko, dan loyalitas terhadap toko tertentu, menjadi perhatian khusus (Yusof, Musa and Putit,

2013). *Self-Congruity* adalah perpanjangan alami dari konsep diri. Premis utama dari *Self-Congruity Theory* bahwa konsumen lebih memilih produk atau merek yang konsisten dengan konsep diri mereka (Usakli and Baloglu, 2011).

Hubungan *Behavioral Intention* dan *Use Behavior* sendiri memberikan hasil yang signifikan (Venkatesh *et al.*, 2003; Shin, 2010; Ain, Kaur and Waheed, 2016; Chauhan and Jaiswal, 2016; El Ouiridi *et al.*, 2016; Almarashdeh and Alsmadi, 2017; Hoque and Sorwar, 2017; Hoi, 2020; Zhou *et al.*, 2021; Dwivedi *et al.*, 2021; Gansser and Reich, 2021; Nikolopoulou, Gialamas and Lavidas, 2021). Namun, peneliti juga menemukan penelitian yang memberikan hasil tidak signifikan antara *Behavioral Intention* dan *Use Behavior* (Agudo-Peregrina, Hernández-García and Pascual-Miguel, 2014; Nistor *et al.*, 2014; Šumak and Šorgo, 2016; Christino *et al.*, 2019).

Social Influence merupakan komponen yang signifikan dalam penerimaan siswa terhadap teknologi *mobile learning*. Penelitian sebelumnya telah menemukan bahwa *Social Influence* memiliki dampak yang menguntungkan. Hal ini terutama pada persepsi pengguna tentang kegunaan sistem. Bagaimana dengan hubungan antara *Social Influence* dan *Use Behavior* secara langsung? Dari penelitian terdahulu ditemukan hubungan yang signifikan (Yu and Ko, 2006; Wu, Tao and Yang, 2007; Almarashdeh and Alsmadi, 2017).

Information Usefulness adalah persepsi pengguna tentang keandalan informasi. Apakah komentar atau ulasan yang ada di *social media* berharga atau tidak, karena persepsi kegunaan mengarah pada *Behavioral Intention* pelanggan untuk mengadopsi informasi (Hussain *et al.*, 2017). *Information Usefulness*

sendiri memiliki hubungan signifikan dengan *Use Behavior* (Lee and Kim, 2009; Chen, Yu and Li, 2016; Isaac *et al.*, 2018; Liu *et al.*, 2019). Namun, menurut Ebnehoseini *et al* (2020) hubungan *Information Usefulness* terhadap *Use Behavior* tidak signifikan.

Berbagai penelitian telah melihat hubungan antara *Self-Congruity* dan *Behavioral Intention*. Korelasi antara *Self-Congruity* dan *Behavioral Intention* kuat (Usakli and Baloglu, 2011; Hung and Petrick, 2012; Yen, 2017; Hashemi *et al.*, 2020). Namun beberapa hasil penelitian lain menyatakan tidak adanya hubungan kuat antara *Self-Congruity* dan *Behavioral Intention* (Moinat and Müller, 2010; Yusof, Musa and Putit, 2013; Pratt and Sparks, 2014). *Social Influence* memiliki dampak yang cukup besar pada *Behavioral Intention* individu untuk mengadopsi teknologi baru, terutama pada fase awal adopsi (Nikou and Economides, 2017).

Peneliti kemudian menemukan bahwa *Social Influence* memiliki hubungan yang kuat terhadap *Behavioral Intention* (Lee *et al.*, 2013; Tosuntaş, Karadağ and Orhan, 2015; Abrahão, Moriguchi and Andrade, 2016; El Ouiridi *et al.*, 2016; Liu, 2016; Oliveira *et al.*, 2016; Kurfalı *et al.*, 2017; Madigan *et al.*, 2017; Lau *et al.*, 2020; T. Zhang *et al.*, 2020; Wu, Wu and Wang, 2021), walaupun beberapa peneliti menemukan hubungan sebaliknya antara *Social Influence* dan *Behavioral Intention* (Chang *et al.*, 2007; Escobar-Rodríguez and Carvajal-Trujillo, 2013; Tosuntaş, Karadağ and Orhan, 2015; Chauhan and Jaiswal, 2016; Cimperman, Makovec Brenčič and Trkman, 2016; Sheikh *et al.*, 2017; Verma and Sinha, 2018; Dajani and Abu Hegleh, 2019; Dwivedi *et al.*, 2021).

Information Usefulness sendiri memiliki hubungan signifikan dengan *Behavioral Intention* (Lee and Lee, 2003; Ha and Ahn, 2011; Zhang, Ito and Liu, 2018), dan juga memiliki hubungan yang tidak signifikan menurut peneliti lainnya (Swaak, de Jong and de Vries, 2009).

1.2. Keaslian Penelitian

Dalam penelitian *Behavior* konsumen, salah satu hal yang paling mendasar dan mempengaruhi adalah *Self-Congruity* (Sirgy, 1982; Kang *et al.*, 2013). *Self-Congruity* adalah proses psikologis dan hasil di mana pelanggan membandingkan persepsi mereka tentang citra merek (khususnya, kepribadian merek atau citra pengguna merek) dengan konsep diri mereka sendiri (misalnya *Actual Self-Congruity*, *Ideal Self-Congruity*, *Social Self-Congruity*) (Sirgy, 2018). *Self-Congruity Theory* telah menerima banyak perhatian dan sebagian besar diakui dalam literatur pemasaran dan psikologi sosial (Plewa and Palmer, 2014). Dalam literatur Pendidikan, *Self-Congruity* belum banyak dieksplorasi, khususnya dalam menentukan jurusan di Pendidikan Tinggi. Untuk itu dalam penelitian ini, *Self-Congruity* yang menjadi dasar pengaruh terhadap *Attitude* dalam *Theory of Reasoned Action* dan *Theory of Planned Behavior* (Confente, Scarpi and Russo, 2020; Tassiello and Tillotson, 2020), dieksplorasi sebagai pengaruh langsung dari *Use Behavior* siswa dalam memilih jurusan di Pendidikan Tinggi.

Technology Acceptance Model menggunakan *Theory of Reasoned Action* sebagai kerangka teoritis (Davis, Bagozzi and Warshaw, 1989; Chen and Wu, 2020). Peneliti menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* dari *Information System Continuance Model* digantikan oleh *Information Usefulness* (Chen, Yu and Li,

2016). Dengan demikian *Technology Acceptance Model* memperlihatkan hubungan antara *Information Usefulness* dengan *Use Behavior* (Davis, Bagozzi and Warshaw, 1989; Kim and Woo, 2016). Namun, *Information Adoption Model* (Sussman and Siegal, 2003) menekankan pada evaluasi nilai informasi sebagai mediator dalam proses *Information Adoption*. *Information Adoption* mempertimbangkan proses internalisasi informasi. Individu menerima informasi dari sumber eksternal untuk memperluas pengetahuan mereka, atau meningkatkan pengambilan keputusan mereka (Shen, Zhang and Zhao, 2014). Tanpa adanya adopsi terhadap informasi yang diperoleh, *Behavioral Intention* siswa dapat berbeda, yang kemudian *Use Behavior* siswa juga akan berbeda.

Banyak penelitian menemukan tingkat signifikan yang tinggi antara hubungan *Information Usefulness* dan *Information Adoption* (Cheung, Lee and Rabjohn, 2008; Shen, Zhang and Zhao, 2014; Erkan and Evans, 2016; Hussain *et al.*, 2017, 2018; Abedi, Ghorbanzadeh and Rahehagh, 2020; Khoa and Khanh, 2020; Tapanainen, Dao and Nguyen, 2021). Walaupun demikian penelitian yang dilakukan oleh Shen, Cheung dan Lee (2013) memberikan hasil yang berlawanan. Hubungan antara *Information Usefulness* dan *Information Adoption* tidak signifikan. Sementara hubungan antara *Information Adoption* langsung terhadap *Behavioral Intention* menunjukkan hasil yang signifikan (Erkan and Evans, 2016; Khoa and Khanh, 2020; Phung *et al.*, 2020; Tapanainen, Dao and Nguyen, 2021).

Dalam penjelasan diatas, penelitian ini menciptakan *novelty* dengan pertama kali menekankan peranan variabel *Self-Congruity* dari *Self-Congruity Theory* sebagai elemen utama dalam *Theory of Reason Action* dan *Theory of Planned*

Behavior, yang memiliki dampak signifikan pada *Use Behavior* siswa dalam konteks pemilihan jurusan di Pendidikan Tinggi. Meskipun konsep ini telah diterima secara luas dalam literatur pemasaran dan psikologi sosial, penelitian ini bertujuan memberikan wawasan yang baru dalam dunia pendidikan. Fokusnya adalah pada faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan siswa terkait pemilihan jurusan di Pendidikan Tinggi. Selanjutnya, penelitian ini mengidentifikasi peran penting variabel *Information Adoption* sebagai mediator yang melibatkan proses internalisasi informasi eksternal untuk meningkatkan pengetahuan dan mendukung pengambilan keputusan. *Information Adoption Model* menyoroti pentingnya evaluasi nilai informasi dalam proses internalisasi informasi (*Information Adoption*), yang berdampak pada *Behavioral Intention* dan *Use Behavior* siswa dalam konteks pemilihan jurusan di Pendidikan Tinggi.

1.3. Pentingan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi penambahan pengetahuan yang ada dengan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi *Use Behavior* siswa kelas 12 dalam memilih jurusan di Pendidikan Tinggi. *Self-Congruity*, *Social Influence*, *Information Usefulness*, *Information Adoption* dan *Behavioral Intention* adalah beberapa aspek penting yang perlu dipertimbangkan mempengaruhi *Use Behavior* siswa dalam memilih jurusan di Pendidikan Tinggi.

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap kesenjangan yang ada dari penelitian-penelitian sebelumnya dengan menganalisis hubungan variabel eksogen *Self-Congruity* terhadap *Use Behavior*, *Social Influence* terhadap *Use Behavior*, dan

Information Usefulness terhadap *Use Behavior*. Tentunya tujuan akhir adalah mempertahankan dan meningkatkan *Gross Enrollment Rate* di DKI Jakarta. Dengan demikian responden dalam penelitian ini dibatasi untuk daerah DKI Jakarta dan sekitarnya. Khususnya siswa kelas 12 Sekolah Menengah Atas, baik SMA Negeri maupun SMA Swasta. Kelas 12 menjadi titik dimana keputusan siswa dalam menentukan jurusan di Pendidikan Tinggi dan karier di masa depan dengan pertimbangan keadaan *Social Influence* siswa (Payne, 2002; Tracey and Robbins, 2005; Tracey, Robbins and Hofsess, 2005; Collado, Staats and Sancho, 2019). Sedangkan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang lebih jelas arah penjurusan di Pendidikan Tinggi, tidak disertakan dalam penelitian ini.

1.4. Rumusan Masalah

Melalui latar belakang yang diuraikan diatas, permasalahan *reseach gap* hubungan antara masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen maupun fenomena yang terjadi, memberikan dampak terhadap *Gross Enrollment Rate* di DKI Jakarta.

Berdasarkan masalah penelitian tersebut, kemudian dirumuskan pertanyaan yaitu:

“Bagaimana siswa kelas 12 dalam memilih jurusan di Pendidikan Tinggi, dengan mempertimbangkan motivasi internal dan eksternal, dalam rangka mendaftar ke perguruan tinggi?”

Untuk meningkatkan pendaftaran ke perguruan tinggi, siswa harus mengambil keputusan untuk mendaftar ke perguruan tinggi. Untuk mendaftar ke

perguruan tinggi, siswa harus memilih jurusan di Pendidikan Tinggi yang akan ditempuh. Sehingga *Use Behavior* siswa dalam memilih jurusan di Pendidikan Tinggi guna melakukan pendaftaran ke perguruan tinggi, adalah variabel dependen dalam penelitian ini. Dengan demikian jika *Use Behavior* siswa dalam memilih jurusan di Pendidikan Tinggi meningkat, maka *Gross Enrollment Rate* di DKI Jakarta juga akan meningkat.

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, maka perlu dipertajam dengan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Self-Congruity*, *Social Influence*, *Information Usefulness*, dan *Behavioral Intention* secara independen memberikan pengaruh terhadap *Use Behavior* siswa dalam memilih jurusan di Pendidikan Tinggi?
2. Apakah *Self-Congruity*, *Social Influence*, *Information Usefulness*, dan *Information Adoption* secara independen memberikan pengaruh terhadap *Behavioral Intention* siswa?
3. Apakah *Information Usefulness* memberikan pengaruh terhadap *Information Adoption*?
4. Apakah *Self-Congruity*, *Social Influence*, dan *Information Usefulness* secara simultan memberikan pengaruh terhadap *Use Behavior* siswa dalam memilih jurusan di Pendidikan Tinggi?
5. Apakah *Self-Congruity*, *Social Influence*, dan *Information Usefulness* secara independen memberikan pengaruh terhadap *Use Behavior* siswa dalam memilih jurusan di Pendidikan Tinggi melalui mediasi *Behavioral Intention*?

6. Apakah *Information Usefulness* memberikan pengaruh terhadap *Use Behavior* siswa dalam memilih jurusan di Pendidikan Tinggi melalui mediasi *Information Adoption* dan *Behavioral Intention*?

1.5. Tujuan Penelitian

Metodologi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel dalam suatu populasi. Hubungan antara variabel tersebut diukur guna mendapatkan gambaran yang lebih sistimatis. Mendapatkan data-data atas ciri-ciri tertentu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa faktor-faktor yang mempengaruhi *Use Behavior* siswa kelas 12 dalam memilih jurusan di Pendidikan Tinggi.

Secara khusus tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Self-Congruity* terhadap *Use Behavior*.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Social Influence* terhadap *Use Behavior*.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Information Usefulness* terhadap *Use Behavior*.
4. Untuk menganalisis pengaruh *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*.
5. Untuk menganalisis pengaruh *Self-Congruity* terhadap *Behavioral Intention*.
6. Untuk menganalisis pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*.

7. Untuk menganalisis pengaruh *Information Usefulness* terhadap *Behavioral Intention*.
8. Untuk menganalisis pengaruh *Information Adoption* terhadap *Behavioral Intention*.
9. Untuk menganalisis pengaruh *Information Usefulness* terhadap *Information Adoption*.
10. Untuk menganalisis pengaruh *Self-Congruity*, *Social Influence*, dan *Information Usefulness* terhadap *Use Behavior*.
11. Untuk menganalisis pengaruh *Self-Congruity* terhadap *Use Behavior* melalui mediasi *Behavioral Intention*.
12. Untuk menganalisis pengaruh *Social Influence* terhadap *Use Behavior* melalui mediasi *Behavioral Intention*.
13. Untuk menganalisis pengaruh *Information Usefulness* terhadap *Use Behavior* melalui mediasi *Behavioral Intention*.
14. Untuk menganalisis pengaruh *Information Usefulness* terhadap *Use Behavior* melalui mediasi *Information Adoption* dan *Behavioral Intention*.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan memberikan model prediksi yang dapat digunakan sebagai referensi penelitian berikutnya mengenai *Self-*

Congruity, Social Influence, Information Usefulness, Information Adoption dan *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior* siswa dalam memilih jurusan di Pendidikan Tinggi.

- b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan penjelasan mengenai besarnya nilai pengaruh *Self-Congruity, Social Influence, Information Usefulness, Information Adoption* dan *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior* siswa dalam memilih jurusan di Pendidikan Tinggi, serta mendukung atau tidak mendukung teori-teori sebelumnya.

2. Manfaat praktis

- a. Orang tua, administrator sekolah, administrator universitas, dan guru-guru dapat menggunakan hasil penelitian ini dalam membantu siswa memilih jurusan di Pendidikan Tinggi dengan lebih efektif.
- b. *Self-Congruity* siswa dalam memahami tujuannya, memberikan upaya yang lebih baik, dan siswa mampu menciptakan lapangan pekerjaan untuk memenuhi tujuan tersebut.