

DETERMINASI KEPUTUSAN CALON MAHASISWA DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI : PERSPEKTIF LOKAL DAN GLOBAL

Oleh
Ahmad Juhaidi



Orasi Ilmiah dalam rangka pengukuhan
Guru Besar Pemasaran Pendidikan
Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin
4 November 2025

DETERMINASI KEPUTUSAN CALON MAHASISWA DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI: PERSPEKTIF LOKAL DAN GLOBAL

Pidato Pengukuhan Guru Besar
dalam Bidang Ilmu Pemasaran Pendidikan
Disampaikan di Hadapan Sidang Senat Terbuka
Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari

Selasa, 4 November 2025



Oleh:
Ahmad Juhaidi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga buku Orasi Ilmiah Pengukuhan Guru Besar ini dapat disusun dan diterbitkan. Buku ini merupakan bentuk tanggung jawab akademik sekaligus refleksi atas perjalanan ilmiah penulis dalam mengembangkan bidang keilmuan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.

Melalui orasi ilmiah ini, penulis berupaya menyampaikan gagasan dan kontribusi ilmiah yang diharapkan dapat memperkaya khazanah pengetahuan serta memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu dan praktik pendidikan di Indonesia, terutama bidang pemasaran pendidikan.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada jajaran pimpinan UIN Antasari, rekan sejawat, mahasiswa, serta keluarga atas dukungan dan dorongan yang diberikan. Semoga karya ini dapat menjadi sumbangan berarti bagi kemajuan dunia akademik.

Penulis

Ahmad Juhaidi

DETERMINASI KEPUTUSAN CALON MAHASISWA DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI: PERSPEKTIF LOKAL DAN GLOBAL

Pengantar

Assalamualaikum w.w.

Yang terhormat Ketua Senat, para Guru Besar, dan Anggota Senat UIN Antasari.

Yang saya hormati Rektor dan jajaran pimpinan UIN Antasari.

Yang saya hormati

Para dosen, tenaga kependidikan, dan seluruh undangan yang berbahagia.

Alhamdulillah, pada hari ini, saya mendapat kesempatan spesial untuk menyampaikan orasi ilmiah dalam majelis akademik yang mulia ini. Pada moment bahagia dan istimewa ini, saya akan menyampaikan orasi ilmiah berjudul “Determinasi Keputusan Calon Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi: Perspektif Lokal dan Global”.

Keputusan Memilih Universitas di Level Global

Hadirin yang berbahagia

Persaingan antarperguruan tinggi semakin ketat. Semua jenis perguruan tinggi (PT) memperebutkan lulusan SMA/MA/SMK/Paket C. Persaingan tidak hanya pada tingkat lokal, tetapi juga pada tingkat regional dan nasional, serta global. PT di Kalimantan Selatan, tidak

hanya bersaing dengan PT di wilayah tersebut, tetapi juga bersaing dengan PT di seluruh Indonesia dan di dunia.

Pada level global, Ahmad Juhaidi, dkk. melakukan studi terhadap 602 universitas terbaik di dunia versi QS 2024 dengan sample 164 universitas yang dipilih dengan probability sampling. Studi tersebut membuktikan bahwa kualitas pendidikan secara umum di sebuah negara berpengaruh kuat terhadap pilihan mahasiswa dari luar negeri. Selain itu, studi tersebut juga membuktikan stabilitas sosio-politik negara dan reputasi universitas yang tercermin dari ranking berpengaruh signifikan terhadap pilihan mahasiswa dari luar negeri. Pada sisi lain, studi itu juga menunjukkan bahwa media sosial tidak terbukti berhubungan dengan jumlah mahasiswa internasional¹.

Temuan kunci tersebut mengindikasikan bahwa kualitas pendidikan secara keseluruhan di negara memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap reputasi internasional universitas di negara tersebut. Hal itu sejalan dengan Paulino and Castaño yang menyatakan bahwa kualitas pendidikan memengaruhi keputusan mahasiswa untuk melanjutkan studi ke luar negeri². Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kualitas umum sistem pendidikan suatu negara turut membentuk persepsi terhadap mutu universitas di negara itu.

Hubungan tersebut dapat dijelaskan melalui teori institusional, yang berpendapat bahwa organisasi dalam lingkungan institusional yang sama cenderung mengadopsi praktik serupa untuk mempertahankan legitimasi³. Ketika pemerintah berhasil mengelola

¹Ahmad Juhaidi et al., "Beyond Rankings: Unraveling the Impact of Country Reputation and Instagram Social Media Marketing on Global University Prestige," *Journal of Global Marketing*, October 21, 2025, 1–24, <https://doi.org/10.1080/08911762.2025.2572774>.

²Maybelle A. Paulino and Mary Caroline N. Castaño, "Exploring Factors Influencing International Students' Choice," *Review of Integrative Business and Economics Research* 8 (2019): 131–49.

³Anna Eitrem et al., "The Use of Institutional Theory in Social and Environmental Accounting Research: A Critical Review," *Accounting and Business Research* 54, no. 7 (2024): 775–810, <https://doi.org/10.1080/00014788.2024.2328934>.

sistem pendidikan dasar dengan baik, standar dan praktik yang sama sering diterapkan pada jenjang yang lebih tinggi, termasuk universitas. Institusi yang beroperasi di bawah kerangka pemerintahan yang sama biasanya menyesuaikan diri dengan kebijakan dan ekspektasi yang seragam, sehingga menghasilkan kualitas pendidikan yang konsisten di berbagai tingkat⁴. Pendidikan dasar dan menengah yang dikelola dengan baik akan berhubungan dengan peningkatan kredibilitas dan legitimasi universitas di dalam sistem pendidikan yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa calon mahasiswa internasional tidak menilai universitas secara terpisah, tetapi mengaitkan keandalan dan mutu pendidikan tinggi dengan kerangka pendidikan nasional secara keseluruhan.

Hadirin yang berbahagia

Pada sisi lain, efek stabilitas sosial-politik negara lokasi universitas terhadap reputasi internasional universitas terkemuka di dunia sejalan dengan Shanka dkk yang menyimpulkan bahwa keamanan nasional menjadi faktor utama dalam keputusan melanjutkan studi di luar negeri⁵. Keamanan merupakan pertimbangan penting bagi mahasiswa internasional karena mereka berpotensi menjadi korban kejahatan⁶.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui *Protection Motivation Theory* (PMT), yang menyatakan bahwa individu mempertimbangkan persepsi terhadap kerentanan, tingkat keparahan, imbalan perilaku

⁴Sasipha Tangworachai and Fang-Yi Lo, "New Institutional Theory Perspective: Water Safety Plan Implementations in Thailand, Australia, Indonesia and Nepal," *Urban Water Journal* 21, no. 4 (2024): 448–58, <https://doi.org/10.1080/1573062X.2024.2312500>.

⁵Tekle Shanka et al., "Factors Influencing International Students' Choice of an Education Destination—A Correspondence Analysis," *Journal of Marketing for Higher Education* 15, no. 2 (2006): 31–46, https://doi.org/10.1300/J050v15n02_02.

⁶Helen Forbes-Mewett and Allegra Clare Schermuly, "International Students and Crime: The Influence of Cultural, Socioeconomic and Mental Health Factors," *Journal of Criminological Research, Policy and Practice* 8, no. 1 (2022): 75–88, <https://doi.org/10.1108/JCRPP-09-2021-0056>.
{\\i{Journal of Criminological Research, Policy and Practice} 8, no. 1 (2022

maladaptif, efikasi diri, efikasi respons, dan biaya respons saat mengevaluasi risiko⁷. Dalam konteks mahasiswa internasional, mereka menilai kemampuan untuk melindungi diri dan risiko yang mungkin dihadapi. Apabila mereka merasa tidak mampu melindungi diri secara memadai, mereka cenderung menghindari negara yang dianggap tidak aman untuk studi.

Hal lain yang terbukti berhubungan dengan keputusan memilih para mahasiswa internasional adalah peringkat universitas. Hal itu sejalan dengan studi-studi yang mengkonfirmasi bahwa peringkat universitas memengaruhi pemilihan institusi oleh mahasiswa internasional⁸. Universitas dengan peringkat tinggi cenderung lebih populer dalam pencarian *Google Trends*⁹, yang menandakan minat lebih besar untuk mendaftar di institusi tersebut. Mahasiswa internasional sering kali mendasarkan keputusan mereka pada reputasi akademik universitas¹⁰, yang diakui dalam peringkat global¹¹. Oleh karena itu, peringkat universitas menjadi acuan penting dalam pengambilan keputusan calon mahasiswa luar negeri¹².

⁷Emily J. Kothe et al., "Protection Motivation Theory and Pro-environmental Behaviour: A Systematic Mapping Review," *Australian Journal of Psychology* 71, no. 4 (2019): 411–32, <https://doi.org/10.1111/ajpy.12271>.

⁸Maria Ulyanova and Dmitriy Denisov, "Factors Influencing a Choice of University by International Students: Evidence from Lomonosov Moscow State University," November 2023, 5589–97, <https://doi.org/10.21125/iceri.2023.1394>.

⁹Krzysztof Rybiński and Andrzej Wodecki, "Are University Ranking and Popularity Related? An Analysis of 500 Universities in Google Trends and the QS Ranking in 2012-2020," *Journal of Marketing for Higher Education* 34, no. 2 (2024): 584–601, <https://doi.org/10.1080/08841241.2022.2049952>.

¹⁰Luis Miguel Dos Santos et al., "Australia as the Destination for Study Abroad: International Students' Mobility," *Heliyon* 10, no. 23 (2024): e39741, <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e39741>.

¹¹Angela Yung Chi Hou et al., "Did Global Rankings and National Accreditation Drive Taiwanese Universities to Advance Sustainable Development Goals (SDGs)?—Competitive Advantage, a Moral Symbol or Leading to a Paradigm Shift," *Higher Education Quarterly* 79, no. 3 (2025): e70031, <https://doi.org/10.1111/hequ.70031>; Roberto Saldivar et al., "Personal Values Matter: International Students' University Selection," *Studies in Higher Education*, December 12, 2024, 1–18, <https://doi.org/10.1080/03075079.2024.2441403>.

¹²Craig Tutterow and James A. Evans, "Reconciling the Small Effect of Rankings on University Performance with the Transformational Cost of Conformity," in *Research*

Hadirin yang berbahagia

Selain itu, studi Ahmad Juhaidi dkk. tersebut membuktikan bahwa Instagram sosial media marketing tidak berpengaruh langsung terhadap reputasi institusi maupun sebagai variabel moderasi faktor lainnya¹³. Dengan kata lain, engagement pada Instagram universitas tidak berhubungan dengan keputusan memilih calon mahasiswa internasional. Temuan tersebut berbeda dengan penelitian yang menunjukkan bahwa pemasaran media sosial berpengaruh terhadap citra universitas di tingkat lokal atau regional¹⁴.

Dalam konteks pendidikan tinggi internasional, keputusan untuk menempuh studi melibatkan investasi besar dalam hal waktu, tenaga, dan biaya, sehingga sulit diubah. Oleh karena itu, keputusan tersebut tidak mudah dipengaruhi oleh informasi dari media sosial semata, karena calon mahasiswa cenderung mengandalkan sumber informasi yang lebih kredibel. Peran sosial media berbeda tergantung pada konteks institusi. Bagi universitas yang belum memiliki reputasi, media sosial berperan penting dalam meningkatkan visibilitas dan kredibilitas. Akan tetapi, bagi universitas kelas dunia, reputasi mereka telah mapan melalui mekanisme lain, sehingga dampak sosial media relatif sangat kecil.

Keputusan Mahasiswa Memilih dalam Konteks Lokal

Hadirin yang berbahagia

Dalam konteks lokal dan perguruan tinggi keagamaan Islam (PTKI), studi Ahmad Juhaidi dkk menemukan bahwa kepercayaan pada merek dan promosi universitas berpengaruh lemah, sementara

in the Sociology of Organizations, ed. Elizabeth Popp Berman and Catherine Paradeise, vol. 46 (Emerald Group Publishing Limited., 2016), <https://doi.org/10.1108/S0733-558X20160000046009>.

¹³Juhaidi et al., "Beyond Rankings."

¹⁴Yuyang Kang and Ka Ho Mok, "China's Policy Responses to University Ranking: Changes and New Challenges," *Scandinavian Journal of Educational Research* 68, no. 1 (2024): 67–78, <https://doi.org/10.1080/00313831.2023.2211987>.

kesadaran merek (brand awareness) berpengaruh kuat terhadap niat memilih PTKI¹⁵. Studi Ahmad Juhaidi, dkk yang lebih spesifik menemukan bahwa sikap dan persepsi tentang kemampuan sendiri (perceived behavioural control) untuk mengikuti kuliah berpengaruh terhadap keputusan calon mahasiswa. Mereka juga menemukan nilai hedonis dan nilai kegunaan perguruan tinggi, pengetahuan tentang universitas, norma subyektif, berpengaruh terhadap sikap, yang kemudian berpengaruh terhadap keputusan memilih PTKI. Selain itu, pengetahuan dan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap persepsi tentang kemampuan mengikuti perkuliahan yang kemudian akan berpengaruh terhadap keputusan memilih PTKI¹⁶. Lebih jauh, studi tersebut, menemukan bahwa secara statistic, norma subyektif berpengaruh paling besar secara tidak langsung terhadap keputusan memilih PTKI.

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pertama keputusan memilih perguruan tinggi ditentukan oleh kesadaran (awareness) dan pengetahuan calon mahasiswa tentang universitas. Calon mahasiswa yang memiliki pengetahuan tentang universitas akan cenderung untuk memilih universitas tersebut. Awareness dan pengetahuan tentang universitas tersebut akan berefek pada keputusan mereka, jika pengetahuan tersebut sejalan dengan harapan karir mereka di masa akan datang¹⁷.

Kedua, pada sisi lain, dukungan orang-orang berpengaruh (norma subjektif) juga berefek terhadap pilihan mereka. Hal itu

¹⁵Ahmad Juhaidi et al., "Examining Factors Influencing Enrolment Intention in Islamic Higher Education in Indonesia, Does Islamic Senior High School Matter?," *Social Sciences & Humanities Open* 11 (2025): 101243, <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101243>.

¹⁶Ahmad Juhaidi, "Determinants of Students' Intention to Choose Islamic Higher Education: Attitude, Values, and School Type," in *Educational Research and Evaluation*, preprint, October 27, 2025, https://www.researchgate.net/publication/396924973_Determinants_of_Students'_Intention_to_Choose_Islamic_Higher_Education_Attitude_Values_and_School_Type.

¹⁷Juhaidi et al., "Examining Factors Influencing Enrolment Intention in Islamic Higher Education in Indonesia, Does Islamic Senior High School Matter?"

sejalan dengan studi lain yang juga membuktikan bahwa pilihan mahasiswa dipengaruhi oleh orang tua dan sahabat¹⁸. Selain itu, mahasiswa yang merasa mampu secara akademik atau non-akademik untuk mengikuti perkuliahan di sebuah universitas akan cenderung untuk memilih universitas tersebut. Ketiga, calon mahasiswa juga mempertimbangkan manfaat kuliah di universitas bagi masa depan/karir serta kesenangan dan kebahagiaan mereka. Reputasi tentang kualitas terutama terkait peluang karir lulusan sangat menentukan pilihan calon mahasiswa¹⁹. Mayoritas mahasiswa memilih PTKI karena kualitas dan reputasi yang tercermin dari reputasi yang baik, peluang karir masa depan mereka, dan kesesuaian dengan minat²⁰. Tidak hanya itu, aspek hedonis (kesenangan, kebahagiaan, serta hiburan) juga berkontribusi bagi keputusan calon mahasiswa.

Ketiga, efek promosi yang lemah mencerminkan bahwa promosi bukan faktor kunci yang dapat mengubah keputusan calon mahasiswa. Meskipun berefek lemah, promosi berperan dalam menyediakan informasi bagi calon mahasiswa²¹. Sumber informasi yang lebih berpengaruh bagi calon mahasiswa adalah pembicaraan yang positif dari public (word of mouth) tentang kampus²². Kesalahan

¹⁸Andrés Barrios-Fernández, "Neighbors' Effects on University Enrollment," *American Economic Journal: Applied Economics* 14, no. 3 (2022): 30–60, <https://doi.org/10.1257/app.20200360>.

¹⁹Trong Luan Nguyen et al., "Factors Affecting Students' Career Choice in Economics Majors in the COVID-19 Post-Pandemic Period: A Case Study of a Private University in Vietnam," *Journal of Innovation & Knowledge* 8, no. 2 (2023): 100338.

²⁰Ahmad Juhaidi, "University Choice Factors: A Case of Two Types of Higher Education in the Third-Largest Island in the World," *Cogent Social Sciences* 10, no. 1 (2024): 2367731, <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2367731>.

²¹Giovanni Azzone and Mara Soncin, "Factors Driving University Choice: A Principal Component Analysis on Italian Institutions," *Studies in Higher Education* 45, no. 12 (2020): 2426–38.

²²Tri D. Le et al., "Understanding High School Students Use of Choice Factors and Word-of-Mouth Information Sources in University Selection," *Studies in Higher Education* 45, no. 4 (2020): 808–18, <https://doi.org/10.1080/03075079.2018.1564259>; Mohsin Abdur Rehman et al., "The Influence of Course Experience, Satisfaction, and Loyalty on Students' Word-of-Mouth and Re-Enrolment Intentions," *Journal of Marketing for Higher Education* 32, no. 2 (2022): 259–77, <https://doi.org/10.1080/08841241.2020.1852469>.

strategi promosi, misalnya menekankan biaya murah, cenderung menurunkan persepsi tentang manfaat dan reputasi universitas²³. Dengan kata lain, biaya pendidikan bukan menjadi faktor penentu pilihan para calon mahasiswa.

Hadirin yang berbahagia

Studi-studi tersebut menunjukkan bahwa keputusan memilih perguruan tinggi adalah proses yang rumit dan kompleks. Memilih universitas adalah proses berisiko tinggi dan rumit²⁴. Keputusan untuk memilih perguruan tinggi sulit diprediksi karena adanya berbagai risiko serta banyaknya faktor yang memengaruhi. Promosi dan sosial media bukan kunci dalam keputusan calon mahasiswa. Oleh karena itu, secara teoritis kami mengusulkan bahwa kesesuaian dengan harapan karier merupakan faktor kunci yang dapat memengaruhi keputusan calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi.

Penutup

Hadirin yang berbahagia

Pada penghujung orasi ilmiah ini, saya merasa wajib untuk menyampaikan terima kasih kepada Rektor UIN Antasari dan jajarannya yang telah memberi dukungan dalam proses kenaikan jabatan akademik saya. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada semua kolega dan sahabat yang selalu memberi motivasi untuk meraih jabatan puncak sebagai seorang dosen. Rasa terima kasih tak lupa saya haturkan kepada semua guru saya di Fakultas Tarbiyah IAIN Antasari. Secara khusus, saya menyampaikan terima kasih dan rasa hormat saya pada Prof. Dr. H. Kamrani Buseri, MA, Prof.

²³Sandeep Kumar and Sidheswar Patra, "Does Promotion Mix Really Help to Enhance Brand Equity: A Literature Review," *Indian Journal of Commerce and Management Studies* 8, no. 2 (2017): 80–86.

²⁴Le et al., "Understanding High School Students Use of Choice Factors and Word-of-Mouth Information Sources in University Selection."

Dr. H. Akh. Fauzi Aseri, M.A., Prof. Dr. Hj. Masyithah Umar M.Hum, Prof. Dr. H. Ridhahani, M.Pd, dan Prof. Dr. H. Syaifuddin Sabda, M.Ag. yang selalu memberi dukungan dan motivasi sepanjang karir saya sebagai pegawai dan juga sebagai dosen. Dari mereka saya belajar bahwa kerendahan hati dan kasih sayang kepada sesama harus tetap dijaga meskipun memiliki jabatan atau telah berada pada puncak karir akademik.

Ribuan penghargaan dan terima kasih juga saya sampaikan pada juluk, paman, acil, ading, kakak, dan semua keluarga serta dangsanak sabarataan yang tidak pernah bosan mendukung dan mendoakan saya. Secara khusus, saya mengucapkan terima kasih buat Dewi Sarastuti yang telah memilih saya diantara ratusan atau ribuan alternatif lain. Buat Nasywa dan Oceana, gelar ini untuk kalian.

Terima kasih buat Ibunda tercinta yang selalu mendoakan kami disetiap waktu. Saya bersaksi bahwa kedua orang tua kami telah menjalankan amanahMu untuk mendidik kami, anaknya. Selalu ampuni dosa mereka dan sayangi mereka seperti Kau menyayangi para kekasihMu.

Demikian yang dapat saya sampaikan, terima kasih atas perhatian dan mohon maaf atas kekurangan.Semoga kita semua selalu diberi petunjuk oleh Allah dalam menjalankan tugas dan pengabdian ini.

Wassaalamualaikum w. w.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzone, Giovanni, and Mara Soncin. "Factors Driving University Choice: A Principal Component Analysis on Italian Institutions." *Studies in Higher Education* 45, no. 12 (2020): 2426–38.
- Barrios-Fernández, Andrés. "Neighbors' Effects on University Enrollment." *American Economic Journal: Applied Economics* 14, no. 3 (2022): 30–60. <https://doi.org/10.1257/app.20200360>.
- Dos Santos, Luis Miguel, Ho Fai Lo, and Ching Ting Tany Kwee. "Australia as the Destination for Study Abroad: International Students' Mobility." *Heliyon* 10, no. 23 (2024): e39741. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e39741>.
- Eitrem, Anna, Anita Meidell, and Sven Modell. "The Use of Institutional Theory in Social and Environmental Accounting Research: A Critical Review." *Accounting and Business Research* 54, no. 7 (2024): 775–810. <https://doi.org/10.1080/00014788.2024.2328934>.
- Forbes-Mewett, Helen, and Allegra Clare Schermuly. "International Students and Crime: The Influence of Cultural, Socioeconomic and Mental Health Factors." *Journal of Criminological Research, Policy and Practice* 8, no. 1 (2022): 75–88. <https://doi.org/10.1108/JCRPP-09-2021-0056>.
- Hou, Angela Yung Chi, Ying Chen, Arianna Fang Yu Lin, Edward Hung

- Cheng Su, Kyle Zi-Wei Zhou, and Christopher Hong-Yi Tao. "Did Global Rankings and National Accreditation Drive Taiwanese Universities to Advance Sustainable Development Goals (SDGs)?—Competitive Advantage, a Moral Symbol or Leading to a Paradigm Shift." *Higher Education Quarterly* 79, no. 3 (2025): e70031. <https://doi.org/10.1111/hequ.70031>.
- Juhaidi, Ahmad. "Determinants of Students' Intention to Choose Islamic Higher Education: Attitude, Values, and School Type." In *Educational Research and Evaluation*. Preprint, October 27, 2025. https://www.researchgate.net/publication/396924973_Determinants_of_Students'_Intention_to_Choose_Islamic_Higher_Education_Attitude_Values_and_School_Type.
- Juhaidi, Ahmad. "University Choice Factors: A Case of Two Types of Higher Education in the Third-Largest Island in the World." *Cogent Social Sciences* 10, no. 1 (2024): 2367731. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2367731>.
- Juhaidi, Ahmad, Analisa Fitria, Noor Hidayati, and Rinda Azmi Saputri. "Examining Factors Influencing Enrolment Intention in Islamic Higher Education in Indonesia, Does Islamic Senior High School Matter?" *Social Sciences & Humanities Open* 11 (2025): 101243. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101243>.
- Juhaidi, Ahmad, Husnul Yaqin, Hidayat Ma'ruf, Hilmi Mizani, and Muhniansyah Arasyid Mahani. "Beyond Rankings: Unraveling the Impact of Country Reputation and Instagram Social Media Marketing on Global University Prestige." *Journal of Global Marketing*, October 21, 2025, 1–24. <https://doi.org/10.1080/08911762.2025.2572774>.
- Kang, Yuyang, and Ka Ho Mok. "China's Policy Responses to University Ranking: Changes and New Challenges." *Scandinavian*

- Journal of Educational Research* 68, no. 1 (2024): 67–78. <https://doi.org/10.1080/00313831.2023.2211987>.
- Kothe, Emily J., Mathew Ling, Madelon North, Anna Klas, Barbara A. Mullan, and Lisa Novoradovskaya. "Protection Motivation Theory and Pro-environmental Behaviour: A Systematic Mapping Review." *Australian Journal of Psychology* 71, no. 4 (2019): 411–32. <https://doi.org/10.1111/ajpy.12271>.
- Kumar, Sandeep, and Sidheswar Patra. "Does Promotion Mix Really Help to Enhance Brand Equity: A Literature Review." *Indian Journal of Commerce and Management Studies* 8, no. 2 (2017): 80–86.
- Le, Tri D., Linda J. Robinson, and Angela R. Dobeles. "Understanding High School Students Use of Choice Factors and Word-of-Mouth Information Sources in University Selection." *Studies in Higher Education* 45, no. 4 (2020): 808–18. <https://doi.org/10.1080/03075079.2018.1564259>.
- Majeed, Mohammed, Martin Owusu-Ansah, and Adu-Ansere Ashmond. "The Influence of Social Media on Purchase Intention: The Mediating Role of Brand Equity." *Cogent Business & Management* 8, no. 1 (2021): 1944008. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1944008>.
- Moslehpour, M. "The Effects of Social Media Marketing, Trust, and Brand Image on Consumers' Purchase Intention of GO-JEK in Indonesia." *ACM International Conference Proceeding Series*, no. Query date: 2023-12-16 09:15:59 (2020): 5–10. <https://doi.org/10.1145/3387263.3387282>.
- Nguyen, Trong Luan, Huu Tri Nguyen, Ngoc Han Nguyen, Dai Loi Nguyen, Thi Thu Dao Nguyen, and Duy Linh Le. "Factors Affecting Students' Career Choice in Economics Majors in the COVID-19 Post-Pandemic Period: A Case Study of a Private University in Vietnam." *Journal of Innovation & Knowledge*

- 8, no. 2 (2023): 100338.
- Onofrei, George, Raffaele Filieri, and Lorraine Kennedy. "Social Media Interactions, Purchase Intention, and Behavioural Engagement: The Mediating Role of Source and Content Factors." *Journal of Business Research* 142 (March 2022): 100–112. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.12.031>.
- Paulino, Maybelle A., and Mary Caroline N. Castaño. "Exploring Factors Influencing International Students' Choice." *Review of Integrative Business and Economics Research* 8 (2019): 131–49.
- Rehman, Mohsin Abdur, Erisher Woyo, Joy Eghonghon Akahome, and Muhammad Danial Sohail. "The Influence of Course Experience, Satisfaction, and Loyalty on Students' Word-of-Mouth and Re-Enrolment Intentions." *Journal of Marketing for Higher Education* 32, no. 2 (2022): 259–77. <https://doi.org/10.1080/08841241.2020.1852469>.
- Rybiński, Krzysztof, and Andrzej Wodecki. "Are University Ranking and Popularity Related? An Analysis of 500 Universities in Google Trends and the QS Ranking in 2012-2020." *Journal of Marketing for Higher Education* 34, no. 2 (2024): 584–601. <https://doi.org/10.1080/08841241.2022.2049952>.
- Saldivar, Roberto, Halimin Herjanto, and Michael Adiwijaya. "Personal Values Matter: International Students' University Selection." *Studies in Higher Education*, December 12, 2024, 1–18. <https://doi.org/10.1080/03075079.2024.2441403>.
- Shanka, Tekle, Vanessa Quintal, and Ruth Taylor. "Factors Influencing International Students' Choice of an Education Destination—A Correspondence Analysis." *Journal of Marketing for Higher Education* 15, no. 2 (2006): 31–46. https://doi.org/10.1300/J050v15n02_02.
- Tangworachai, Sasipha, and Fang-Yi Lo. "New Institutional Theory

Perspective: Water Safety Plan Implementations in Thailand, Australia, Indonesia and Nepal.” *Urban Water Journal* 21, no. 4 (2024): 448–58. <https://doi.org/10.1080/1573062X.2024.2312500>.

Tutterow, Craig, and James A. Evans. “Reconciling the Small Effect of Rankings on University Performance with the Transformational Cost of Conformity.” In *Research in the Sociology of Organizations*, edited by Elizabeth Popp Berman and Catherine Paradeise, vol. 46. Emerald Group Publishing Limited., 2016. <https://doi.org/10.1108/S0733-558X20160000046009>.

Ulyanova, Maria, and Dmitriy Denisov. “Factors Influencing a Choice of University by International Students: Evidence from Lomonosov Moscow State University.” November 2023, 5589–97. <https://doi.org/10.21125/iceri.2023.1394>.



RIWAYAT HIDUP

Ahmad Juhaidi lahir di Padang Batung, Hulu Sungai Selatan, 18 Februari 1976. Ahmad Juhaidi mempersunting Dewi Sarastuti dan dikaruniai dua orang puteri, Nasywa dan Oceana. Dia menyelesaikan pendidikan dasar pada SDN Jembatan Merah tahun 1988.

Dia kemudian melanjutkan pendidikan pada Madrasah Tsanawiyah Negeri Durian Rabung Kecamatan Padang Batung, Hulu Sungai Selatan. Setelah menamatkan studi di tingkat Madrasah Tsanawiyah tahun 1991, ia melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kandangan. Pada tahun 1994, dia melanjutkan studi pada Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah IAIN Antasari. Karena alasan pekerjaan, Ahmad Juhaidi pindah studi ke STAI Al-Jami Banjarmasin dan berhasil lulus tahun 2001. Gelar Magister bidang Pendidikan Islam diraihinya pada tahun 2007 di Program Pascasarjana IAIN Antasari. Pada tahun 2012, Ahmad Juhaidi menyelesaikan Program Doktor Administrasi Pendidikan pada Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung. Minat penelitiannya adalah pada bidang pemasaran pendidikan dan ekonomi pendidikan. Ahmad Juhaidi diangkat sebagai Guru Besar bidang Pemasaran Pendidikan sejak 1 Juni 2025. Ahmad Juhaidi dapat dihubungi melalui email ahmadjuhaidi@uin-antasari.ac.id. Scopus ID 58088566100, WoS Researcher and Reviewer ID KIJ-4643-2024, dan Orcid ID <https://orcid.org/0000-0001-9136-9425>.