



**UHASSELT**

KNOWLEDGE IN ACTION

## Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de toegepaste economische wetenschappen: handelsingenieur

### **Masterthesis**

**Universiteitskeuze onder Limburgse studenten: wat kan UHasselt hiervan leren?**

#### **Jari Smets**

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische wetenschappen: handelsingenieur, afstudeerrichting marketing intelligence

#### **PROMOTOR :**

Prof. dr. Sara LEROI-WERELDS

#### **COPROMOTOR :**

Prof. dr. Alexandra STREUKENS



**UHASSELT**

KNOWLEDGE IN ACTION

[www.uhasselt.be](http://www.uhasselt.be)  
Universiteit Hasselt  
Campus Hasselt:  
Martelarenlaan 42 | 3500 Hasselt  
Campus Diepenbeek:  
Agoralaan Gebouw D | 3590 Diepenbeek

**2018**  
**2019**



# Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de toegepaste economische  
wetenschappen: handelsingenieur

## ***Masterthesis***

### ***Universiteitskeuze onder Limburgse studenten: wat kan UHasselt hiervan leren?***

#### **Jari Smets**

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische wetenschappen:  
handelsingenieur, afstudeerrichting marketing intelligence

#### **PROMOTOR :**

Prof. dr. Sara LEROI-WERELDS

#### **COPROMOTOR :**

Prof. dr. Alexandra STREUKENS



## Woord vooraf

Deze masterproef vormt het sluitstuk van mijn master Toegepaste Economische Wetenschappen: Handelsingenieur met afstudeerrichting Marketing Intelligence aan de Universiteit Hasselt. In dit onderzoek zal nagegaan worden welke factoren bepalend zijn voor de universiteitskeuze van Limburgse studenten. Aan de hand van deze aspecten werden aanbevelingen gedaan aan de UHasselt om meer studenten aan te trekken.

Deze masterproef kwam echter niet tot stand zonder enige hulp. Ik maak graag gebruik van de gelegenheid om de mensen te bedanken die mij gesteund hebben tijdens het voeren van dit onderzoek.

Eerst en vooral wil ik mijn promotoren prof. dr. Alexandra Streukens en prof. dr. Sara Leroi-Werelds bedanken voor hun deskundige begeleiding en advies gedurende het volledig verloop van deze masterproef.

Verder wil ik alle personen bedanken die hebben meegewerkt aan de enquêtes, zij hebben het mede mogelijk gemaakt dat ik het praktijkonderzoek tot een goed einde heb kunnen brengen.

Tot slot wil ik een woord van dank richten aan mijn vrienden en familieleden voor hun steun en bijdrage. Alsook voor het nalezen en taalkundig verbeteren van de tekst.

Alvast veel leesplezier!

Jari Smets

Sint-Truiden, mei 2019



## Samenvatting

Universiteiten en hogescholen worden geconfronteerd met de noodzaak om zich te positioneren in een steeds meer concurrerende markt om studenten aan te trekken. Om hun strategieën te kunnen optimaliseren, moeten ze de behoeften van studenten begrijpen alsook de manieren waarop deze studenten beslissen om voor een bepaalde universiteit te kiezen. Net zoals alle andere ondernemingen, moet een universiteit ook strategische marketingbeslissingen nemen. Zij stellen zich vragen zoals: Welke factoren hebben een invloed op de keuze voor een universiteit? Wat is hun relatieve impact? Hoe performant is onze universiteit op deze factoren? Waar is verbetering mogelijk en hoe pak je dit het best aan?

Dit onderzoek biedt een antwoord op deze vragen. Het doel is om het vraagstuk van universiteitskeuze onder Limburgse studenten kwantitatief en vanuit een marketing perspectief te analyseren. Uiteindelijk zullen de gevonden resultaten van dit onderzoek leiden tot praktische aanbevelingen die de UHasselt kan toepassen om meer Limburgse studenten aan te trekken in de toekomst.

Het doel van deze masterproef is om te onderzoeken waarom Limburgse ASO studenten voor een bepaalde universiteit kiezen. Vervolgens worden aan de hand van deze factoren concrete aanbevelingen aan de UHasselt gedaan om meer studenten aan te trekken. De centrale onderzoeksvraag luidt als volgt:

### **'Welke factoren bepalen de universiteitskeuze van Limburgse studenten voor Universiteit Hasselt?'**

Om een antwoord op deze onderzoeksvraag te vinden, werd deze opgesplitst in twee deelvragen. De eerste deelvraag peilt naar de factoren die een invloed kunnen hebben op de universiteitskeuze van toekomstige studenten. Met de tweede deelvraag wordt onderzocht op welke factoren Universiteit Hasselt zichzelf moet verbeteren om in de toekomst meer studenten aan te trekken.

In de literatuurstudie werd aan de hand van wetenschappelijke papers onderzocht welke factoren een invloed hebben op de universiteitskeuze van toekomstige studenten. Vervolgens werd een kwalitatief onderzoek uitgevoerd. Het doel van dit onderzoek was om te achterhalen of er nog belangrijke factoren over het hoofd gezien werden die ook een invloed kunnen hebben op de universiteitskeuze van toekomstige studenten.

Uit de gevonden literatuur en gevoerde interviews kon besloten worden dat er acht factoren zijn die een invloed hebben op de universiteitskeuze van toekomstige studenten: advies van derden, uitstraling en faciliteiten, reputatie, locatie, studietoeraanbod, onderwijssysteem, kosten en buitenschoolse activiteiten. Elke factor werd onderbouwd met meerdere determinanten. Vervolgens werd een conceptueel model opgesteld. Hiermee werd een overzicht gegeven van alle factoren, met bijhorende items, die een invloed hebben op de universiteitskeuze van toekomstige studenten.

Na het bepalen van alle factoren die een invloed hebben op de universiteitskeuze van toekomstige studenten, werd een kwantitatief onderzoek gevoerd. In deze studie werd in de praktijk getest hoe Universiteit Hasselt reeds scoort op al deze factoren.

In de kwantitatieve studie werd aan de hand van een vragenlijst onderzocht op welke factoren de UHasselt zichzelf moet verbeteren om meer studenten aan te trekken in de toekomst. Daarnaast werd ook de impact van elk van deze factoren nagegaan. De respondenten voor de vragenlijst werden voornamelijk bereikt op de infodag van Universiteit Hasselt op 27 april 2019. Daarom werden, naast voor de volledige steekproef, ook aparte analyses uitgevoerd op de resultaten van de respondenten die bereikt werden op de infodag. Uit de resultaten voor de volledige steekproef kwamen het advies van derden, het studieaanbod en het onderwijssysteem naar boven als meest invloedrijke factoren om toekomstige studenten te overtuigen om aan Universiteit Hasselt te studeren. Voor de respondenten die bereikt werden op de infodag hadden enkel het advies van derden en het onderwijssysteem een significante invloed op hun keuze voor de UHasselt.

De respondenten in dit onderzoek waren over het algemeen positief over het onderwijssysteem. Ook op de factor studieaanbod scoort UHasselt goed. Toch bleek uit de resultaten van de enquête en interviews dat Universiteit Hasselt nog heel wat studenten misloopt omdat hun beoogde studierichting niet wordt aangeboden. Om meer studenten aan te trekken, moet UHasselt er daarom over nadenken om één of meer nieuwe studierichtingen te implementeren. Wat betreft het advies van anderen moet er vooral gewerkt worden aan het probleem dat UHasselt te weinig wordt aangeraden door leerkrachten uit het middelbaar en door vrienden en kennissen die reeds aan deze universiteit studeren.

Vanuit deze onderzoeksresultaten werd deze masterproef ten slotte afgesloten met een conclusie, gevolgd door aanbevelingen aan het management van Universiteit Hasselt en kritische bemerkingen en suggesties voor verder onderzoek.

# Inhoudsopgave

<b>Woord vooraf</b> .....	<b>I</b>
<b>Samenvatting</b> .....	<b>II</b>
<b>Inhoudsopgave</b> .....	<b>IV</b>
<b>Lijst met figuren</b> .....	<b>VI</b>
<b>Lijst met tabellen</b> .....	<b>VII</b>
<b>1 Inleiding</b> .....	<b>1</b>
1.1 Onderzoeksvragen .....	3
1.2 Onderzoeksaanpak.....	4
<b>2 Literatuurstudie</b> .....	<b>5</b>
2.1 Waarom kiezen studenten ervoor om verder te studeren?.....	5
2.2 Tools om potentiële studenten te bereiken .....	7
2.3 Wat bepaalt de universiteitskeuze van studenten? .....	9
2.3.1 Advies van derden .....	10
2.3.2 Uitstraling en faciliteiten .....	11
2.3.3 Reputatie .....	12
2.3.4 Locatie .....	13
2.3.5 Studieaanbod .....	14
2.3.6 Onderwijssysteem.....	15
2.3.7 Kosten.....	16
2.3.8 Buitenschoolse activiteiten .....	17
<b>3 Conceptueel model</b> .....	<b>19</b>
3.1 Overzicht variabelen .....	19
3.2 Conceptueel model .....	20
<b>4 Empirische studie</b> .....	<b>21</b>
4.1 Kwalitatief onderzoek .....	21
4.1.1 Respondenten .....	21
4.1.2 Resultaten .....	22
4.2 Kwantitatief onderzoek.....	23
4.2.1 Methodologie.....	24
4.2.2 Opbouw van de vragenlijst.....	25
4.2.3 Analyse van de resultaten .....	28
4.2.3.1 Beschrijvende analyses steekproef .....	29
4.2.3.2 Beschrijvende analyses variabelen .....	32
4.2.3.2.1 Verschillenanalyse .....	34
4.2.3.3 Analyse van het meetmodel.....	36
4.2.3.3.1 Itemvaliditeit .....	36
4.2.3.3.2 Discriminantvaliditeit.....	38
4.2.3.4 Analyse van het structureel model.....	39



4.2.3.4.1	R <sup>2</sup> .....	39
4.2.3.4.2	Padcoëfficiënten .....	39
4.2.3.4.2.1	Volledige steekproef .....	40
4.2.3.4.2.2	Respondenten bereikt op de infodag van Universiteit Hasselt .....	41
4.2.3.4.3	Importance-performance analyse .....	43
4.2.3.4.3.1	Volledige steekproef .....	43
4.2.3.4.3.2	Respondenten bereikt op de infodag van Universiteit Hasselt .....	45
<b>5</b>	<b>Conclusie .....</b>	<b>49</b>
5.1	Welke factoren bepalen de universiteitskeuze van Limburgse studenten? .....	49
5.2	Management implicaties voor Universiteit Hasselt .....	50
5.3	Beperkingen en suggesties voor verder onderzoek .....	52
<b>6</b>	<b>Literatuurlijst .....</b>	<b>55</b>
<b>7</b>	<b>Bijlagen .....</b>	<b>59</b>
7.1	Bijlage 1: Kwalitatief onderzoek: Persoonlijke interviews .....	59
7.2	Bijlage 2: Vragenlijst.....	65
7.3	Bijlage 3: Levene's test voor verschillenanalyse.....	70
7.4	Bijlage 4: Betrouwbaarheidsintervallen outer loadings .....	71
7.5	Bijlage 5: VIF-waarden om multicollineariteit te testen .....	72

## Lijst met figuren

Figuur 1: Conceptueel model .....	20
Figuur 2: Gemiddelde items advies van derden .....	33
Figuur 3: Gemiddelde items uitstraling en faciliteiten .....	33
Figuur 4: Gemiddelde items reputatie .....	33
Figuur 5: Gemiddelde items locatie .....	33
Figuur 6: Gemiddelde items studieaanbod .....	32
Figuur 7: Gemiddelde items onderwijssysteem.....	33
Figuur 8: Gemiddelde items kosten .....	33
Figuur 9: Gemiddelde items buitenschoolse activiteiten.....	34
Figuur 10: IPA chart .....	45
Figuur 11: IPA chart respondenten van de infodag .....	47



## Lijst met tabellen

Tabel 1: Aantal studenten in het hoger onderwijs .....	1
Tabel 2: Evolutie aantal inschrijvingen van eerstejaarsstudenten in het hoger onderwijs .....	7
Tabel 3: Aantal inschrijvingen van eerstejaarsstudenten per universiteit in Vlaanderen .....	10
Tabel 4: Aantal eerstejaarsstudenten per opleiding aan Vlaamse universiteiten (opleidingen die UHasselt aanbiedt) .....	14
Tabel 5: Aantal eerstejaarsstudenten per opleiding aan Vlaamse universiteiten (opleidingen die UHasselt niet aanbiedt) .....	15
Tabel 6: Overzicht variabelen die de keuze voor een universiteit bepalen .....	19
Tabel 7: Opbouw vragenlijst universiteitskeuze van studenten .....	27
Tabel 8: Overzicht van de huidige studierichtingen van de respondenten.....	30
Tabel 9: Overzicht van universiteiten waartussen studenten twijfelen .....	31
Tabel 10: Hoe zeker zijn de respondenten dat hun uiteindelijke keuze naar de UHasselt gaat? (totale steekproef).....	32
Tabel 11: Hoe zeker zijn de respondenten van de infodag dat hun uiteindelijke keuze naar de UHasselt gaat?.....	32
Tabel 12: Verschillenanalyse met independent samples t-test .....	35
Tabel 13: Betrouwbaarheidsintervallen item weights.....	37
Tabel 14: Betrouwbaarheidsintervallen discriminantvaliditeit.....	38
Tabel 15: Padcoëfficiënten met betrouwbaarheidsintervallen .....	40
Tabel 16: Outer weights significante items .....	41
Tabel 17: Padcoëfficiënten met betrouwbaarheidsintervallen respondenten van de infodag .....	42
Tabel 18: Outer weights van de items van de significante factoren respondenten van de infodag ..	42
Tabel 19: Performance scores IPA volledige steekproef .....	44
Tabel 20: Importance scores IPA volledige steekproef.....	44
Tabel 21: Performance scores IPA respondenten van de infodag .....	46
Tabel 22: Importance scores IPA respondenten van de infodag .....	46



# 1 Inleiding

België telt in het totaal twaalf universiteiten, zeven in het Franstalige landsgedeelte en vijf Nederlandstalige. De vijf Vlaamse universiteiten bevinden zich in Leuven, Brussel, Antwerpen, Gent en Hasselt. Twaalf universiteiten op een bevolking van 11 miljoen betekent één universiteit op een aantal van iets meer dan 916 000 inwoners. Wanneer we dit vergelijken met de ons omringende landen, stellen we vast dat we per inwoner niet zo sterk scoren. Luxemburg, Frankrijk, Nederland en Duitsland scoren hoger met respectievelijk één universiteit op 600 000, 650 000, 739 000 en 880 000 inwoners. Enkel het Verenigd Koninkrijk scoort lager met één universiteit op 1,3 miljoen inwoners (Eurostat, 2018). Toch zeggen deze cijfers niet zo veel. Er is hier namelijk geen rekening gehouden met het aantal personen die de leeftijd hebben om aan een universiteit te studeren, het opleidingsniveau, de afkomst of de middelen die ze ter beschikking hebben om eventueel verder te studeren.

Ook zeggen deze cijfers niets over de grootte van de universiteiten. Katholieke Universiteit Leuven is met zijn 45 295 studenten de grootste universiteit van ons land. Universiteit Gent is met 37 328 studenten de tweede grootste van Vlaanderen. En de Universiteit van Hasselt bengelt helemaal onderaan met 6 249 studenten in het academiejaar 2018-2019 (*Hoger onderwijs in cijfers academiejaar 2018-2019*, 2019). Tabel 1 geeft u een overzicht van het totaal aantal studenten in het hoger onderwijs in Vlaanderen. Het bevat zowel de studenten die studeren aan hogescholen, als aan de universiteiten. Deze tabel geeft eveneens weer dat er een positieve evolutie was in aantallen die aan een universiteit studeren tussen het academiejaar 2017-2018 en 2018-2019 (*Hoger onderwijs in cijfers academiejaar 2018-2019*, 2019).

	Academiejaar 2017-2018	Academiejaar 2018-2019	Evolutie (aantal)	Evolutie (%)
Hogeschool	120.989	120.032	-957	-0,79%
Universiteit	118.163	120.300	2.137	1,81%
Totaal	239.152	240.332	1.180	0,49%

Tabel 1: Aantal studenten in het hoger onderwijs

Het aantal studenten en de grootte van een universiteit zeggen echter niets over het niveau van de onderwijsinstelling, want hier behoort België wel tot de beste leerlingen van de klas. Uit een studie van het persagentschap Reuters, in 2018, over de meest innovatieve universiteiten ter wereld, werden zeven Belgische universiteiten in de top 100 geplaatst. Daarmee had ons land meer top 100 universiteiten per hoofd dan eender welk ander land ter wereld.

Universiteiten en hogescholen over de hele wereld worden geconfronteerd met de noodzaak om zich te positioneren in een steeds meer concurrerende markt om studenten aan te trekken. Om hun strategieën te kunnen optimaliseren, moeten deze hoger onderwijsinstellingen de behoeften van studenten begrijpen alsook de manieren waarop ze beslissen om voor een bepaalde universiteit te kiezen (Obermeit, 2012).

Met merkbeleid of *branding* kunnen organisaties zich onderscheiden van concurrenten. Ook universiteiten en hogescholen kunnen dit doen op kenmerken als faciliteiten, aangeboden studierichtingen of geografische locatie. Een universitair merk en de goede naam van een universiteit functioneren als een herkenbaar middel, bevorderen prestige en fungeren als een stempel van uitmuntendheid (McAlexander, Koenig, & Schouten, 2004). Denk maar aan universiteiten zoals Harvard en Oxford die bij iedereen onmiddellijk een gevoel van kwaliteit en prestige oproepen.

Marketingexperts zijn van mening dat informatie over de universitaire geschiedenis van groot belang is voor *branding*, in het bijzonder voor reclame voor de universiteit. Deze informatie legt de nadruk op de stabiele ontwikkeling van de universiteit en de naleving van de nationale, culturele en wetenschappelijke tradities. Naast de universitaire geschiedenis kan informatie over de meest succesvolle universiteitsstudenten uit het verleden het vertrouwen bevorderen. Hoe vollediger en duidelijker deze informatie beschreven wordt, des te sterker is de positie van die universiteit ten opzichte van de concurrentie (Kalimullin & Dobrotvorskaya, 2016). Ook het aantonen van voordelen is volgens Kalimullin et al. (2016) een winnende reclamestrategie. Een universiteit kan dit bijvoorbeeld doen door studiebeurzen te promoten of de kosten voor de meest succesvolle en/of ouderejaarsstudenten te verlagen (Kalimullin & Dobrotvorskaya, 2016). Maringe (2006) voegt hieraan toe dat publiciteit over academisch onderzoek of uitmuntend onderwijs een universiteit in een zeer gunstige positie kan plaatsen (Maringe, 2006). Een laatste promotietroef die een universiteit kan uitspelen is haar logo en slogan. Deze elementen verduidelijken het concept en vergroten de erkenning van de universiteit. Verder helpen ze om een onderscheid te maken tussen concurrenten en geven ze een uniek karakter. Slogans en motto's vertegenwoordigen ook factoren van de universiteitscultuur (Kalimullin & Dobrotvorskaya, 2016).

Bovendien biedt *branding* individuen de mogelijkheid om lid te worden van de groep en creëert het uiteindelijk een gevoel van identificatie (Stephenson, Heckert, & Yerger, 2016). Net als een organisatie met een sterk merk onderhoudt een universiteit "een verscheidenheid aan diensten en producten die haar merk dragen, en bedient een verscheidenheid aan klanten en andere belanghebbenden voor wie het merk betekenisvol is" (McAlexander et al., 2004, p. 62). Moogan et al. (2001) verklaarde dat instellingen met bekende merken een betere kans hebben om studenten aan te werven. Bij de markt van consumptiegoederen nemen klanten vaak verschillende merken in overweging. Ook bij het kiezen van een universiteit of hogeschool moeten studenten door talrijke universiteitsmerken navigeren in een poging om de beste keuze te maken voor hun behoeften (Moogan, Baron, & Bainbridge, 2001).

Net zoals alle andere ondernemingen, moet een universiteit ook strategische marketingbeslissingen nemen. Zij stellen zich vragen zoals: Welke factoren (drivers/barrières) hebben een invloed op de keuze voor een universiteit? Wat is hun relatieve impact? Hoe performant is onze universiteit op deze factoren? Waar is verbetering mogelijk en hoe pak je dit het best aan?

Dit onderzoek zal een antwoord bieden op deze vragen. Het doel is om het vraagstuk van universiteitskeuze onder Limburgse studenten kwantitatief en vanuit een marketing perspectief te analyseren. Uiteindelijk zullen de gevonden resultaten van dit onderzoek leiden tot praktische

aanbevelingen die de UHasselt kan toepassen om meer Limburgse studenten aan te trekken in de toekomst. Er zal gefocust worden op studenten uit het laatste jaar Algemeen Secundair Onderwijs (ASO).

## **1.1 Onderzoeksvragen**

Net zoals andere bedrijven in een concurrerende omgeving moet een universiteit zich tegenover haar concurrenten profileren om aantrekkelijk te blijven. Het selectieproces van studenten is belangrijk voor universiteiten om hun aanwervingsstrategieën te verbeteren (Aydin & Bayir, 2016).

Het doel van deze masterproef is om te onderzoeken waarom Limburgse ASO studenten voor een bepaalde universiteit kiezen. Vervolgens zullen aan de hand van deze factoren concrete aanbevelingen aan de UHasselt gedaan worden om meer studenten aan te trekken. De centrale onderzoeksvraag luidt als volgt:

### **'Welke factoren bepalen de universiteitskeuze van Limburgse studenten voor Universiteit Hasselt?'**

Om een antwoord hierop te vinden is het belangrijk dat deze onderzoeksvraag onderbouwd wordt met deelvragen.

#### **Deelvraag 1: 'Welke factoren hebben een invloed op de universiteitskeuze van toekomstige studenten?'**

Deze vraag zal helpen om een antwoord te vinden op de centrale onderzoeksvraag. Er moet namelijk eerst nagegaan worden welke aspecten ervoor zorgen dat studenten worden aangetrokken tot een bepaalde universiteit. Om te achterhalen welke factoren een invloed hebben op deze keuze zullen wetenschappelijke papers geraadpleegd worden. Concreet wordt er op zoek gegaan naar eerder gevoerde studies waarin onderzocht werd welke factoren een rol spelen wanneer toekomstige studenten voor een bepaalde universiteit kiezen. Hiernaast wordt ook een kwalitatief onderzoek uitgevoerd. Aan de hand van interviews zal nagegaan worden of er, naast de factoren die gevonden werden in wetenschappelijke literatuur, nog belangrijke determinanten zijn die een invloed hebben op het keuzeprocess van toekomstige studenten.

#### **Deelvraag 2: 'Op welke factoren moet de UHasselt zichzelf verbeteren om meer Limburgse studenten aan te trekken en wat is de relatieve impact van deze factoren?'**

Nadat de motieven om voor een bepaalde universiteit te kiezen onderzocht zijn, zal nagegaan worden welke factoren een significante rol spelen voor studenten die mogelijk aan de UHasselt willen studeren. Niet alles zal een even belangrijke invloed hebben op de keuze voor een universiteit. Daarom zal onderzocht worden hoe groot de invloed van elk van deze factoren is, met andere woorden wat de relatieve impact is van elke factor.



## **1.2 Onderzoeksaanpak**

Voor dit onderzoek was het belangrijk om een plan van aanpak uit te werken voor zowel het theoretische als empirische gedeelte.

In het theoretisch gedeelte en aan de hand van een kwalitatief onderzoek werd nagegaan welke factoren een invloed hebben op de universiteitskeuze van studenten. In de literatuurstudie werden deze factoren achterhaald door wetenschappelijke artikels te analyseren. Hiernaast werden, in het empirisch gedeelte, ook interviews afgenomen bij studenten in het zesde middelbaar en eerste bachelor om eventuele extra factoren te kunnen achterhalen.

Verder werd in het empirische gedeelte eigen data verzameld door middel van een enquête die peilt naar de aspecten die relevant zijn bij het maken van een universiteitskeuze. Op deze manier kon achterhaald worden welke factoren de studenten effectief belangrijk vinden en welke minder invloed hebben op hun keuze voor een universiteit. De enquêtes werden afgenomen bij studenten die in hun laatste jaar Algemeen Secundair Onderwijs zitten. Daarnaast werden respondenten bereikt op de infodag van Universiteit Hasselt op 27 april 2019. Op die manier werd ontdekt welke aspecten belangrijk zijn voor leerlingen van verschillende middelbare scholen met verschillende studierichtingen.

Na het achterhalen van deze factoren werd gekeken op welke punten de UHasselt nog beter kan worden. Ten slotte werden aan de hand van al deze informatie concrete aanbevelingen gedaan aan de UHasselt om meer Limburgse studenten aan te trekken in de toekomst.

## 2 Literatuurstudie

Om dit onderzoek tot een goed einde te brengen, is het belangrijk om gestructureerd te werk gaan. In de eerste plaats is het noodzakelijk om te achterhalen waarom kandidaat studenten beslissen om verder te studeren. Wanneer we dit weten, wordt nagegaan hoe deze toekomstige studenten best bereikt kunnen worden. Vervolgens wordt op zoek gegaan naar de factoren die een invloed hebben op de keuze van studenten voor een bepaalde universiteit. In het verleden werden hieromtrent reeds enkele onderzoeken gedaan. In deze sectie zal een overzicht gegeven worden van deze aspecten. Later in dit onderzoek zal met behulp van een vragenlijst getest worden welke van deze factoren effectief de keuze voor Universiteit Hasselt bepalen. Aan de hand hiervan zullen concrete aanbevelingen aan de UHasselt gedaan worden om te trachten meer Limburgse studenten aan te trekken in de toekomst.

### **2.1 Waarom kiezen studenten ervoor om verder te studeren?**

Om te kunnen onderzoeken waarom studenten voor een bepaalde universiteit kiezen, is het noodzakelijk om te weten wat de drijfveer is voor studenten om verder te studeren. In D'Hooge (2013) werd met behulp van een kwalitatief onderzoek een antwoord op deze vraag gezocht. Aan de hand van interviews kwamen verschillende redenen naar boven waarom Vlaamse leerlingen het belangrijk vinden om verder te studeren na hun middelbare opleiding.

In de eerste plaats vinden leerlingen het de dag van vandaag heel belangrijk om een diploma op zak te hebben. Met een diploma heb je immers meer werkzekerheid, meer mogelijkheden qua werk en krijg je meer kansen in onze maatschappij. Daarnaast is men ervan overtuigd dat een diploma je automatisch meer doorgroeimogelijkheden geeft. Verder kiezen studenten voor een opleiding die hen interesseert, waardoor ze later een job kunnen uitoefenen die ze graag doen (D'Hooge, 2013). Jongeren zijn er zich dus van bewust dat een diploma hebben aanzienlijke voordelen met zich meebrengt. Naast de hierboven vernoemde voordelen, zien studenten een positieve relatie tussen het hebben van een diploma en het loon. Een diploma geeft studenten toch meer zekerheid dat ze later een goede job gaan vinden, waardoor de kans op een beter loon groter is (D'Hooge, 2013).

Sommige studenten vinden dat verder studeren niet echt een keuze voor hen is, maar eerder een evidentie. Ze geven aan dat verder studeren van hen verwacht wordt aangezien de meeste mensen van hun leeftijd dit doen. Anderen vermelden dat hun ouders, vrienden en leerkrachten hen opdringen om verder te studeren waardoor ze er niet eens aan denken om te gaan werken na het middelbaar. Daarnaast zijn er ook studenten die willen verder studeren omdat ze dit graag doen of hier goed in zijn. Dit geldt vooral voor leerlingen uit het Algemeen Secundair Onderwijs, toch zijn er ook jongeren die een andere opleiding gevolgd hebben in het middelbaar en het belangrijk vinden om verder te studeren na hun secundaire opleiding. (D'Hooge, 2013).

Vooraf voor studenten die in het secundair onderwijs een algemene opleiding (ASO richting) gekregen hebben, is het behalen van een diploma belangrijk. Deze studenten hebben in het middelbaar wel een sterke basis meegekregen, maar door de algemeenheid van de leerstof geen echte voorbereiding

op een bepaalde job. Daarom is het voor hen noodzakelijk om verder te studeren om zich op die manier verder te verdiepen in een domein waarin ze later willen werken (D'Hooge, 2013).

In Riemersma et al. (2015) werd onderzocht welke invloed de ouders en de middelbare school hebben op de keuze van leerlingen om wel of niet verder te studeren na het middelbaar. Uit de resultaten bleek dat ouders een significante invloed hebben op deze keuze. Wanneer jongeren de indruk hadden dat hun ouders wilden dat ze verder studeren, zullen ze dit in de meeste gevallen doen. 77% van de ouders in dit onderzoek raadden hun kinderen aan om verder te studeren na hun middelbare opleiding. De adviezen van de leerkrachten uit het middelbaar om wel of niet verder te studeren hebben geen significante invloed op de keuze (Riemersma & van Boxtel, 2015).

Toch zijn er ook studenten die er niet voor kiezen om na hun middelbare opleiding verder te studeren. De voornaamste reden hiervoor is het financiële aspect. Verder studeren is vrij duur en lang niet alle gezinnen hebben de mogelijkheid om dit te financieren. Uit het onderzoek van Corak et al. (2004) blijkt dat vooral studenten die uit een gezin met een hoger inkomen komen de mogelijkheid hebben om verder te studeren na hun middelbare opleiding (Corak, Lipps, & Zhao, 2004). Daarnaast brengt het studeren zelf natuurlijk ook geen geld op. Als men ervoor kiest om meteen te gaan werken na het middelbaar, wordt er vanaf dan geld verdiend. Als studenten eerst gaan verder studeren, kunnen ze pas na hun opleiding gaan werken en geld verdienen. Dit kan voor sommige mensen een belangrijk argument zijn om na hun secundair meteen op de arbeidsmarkt te gaan. Uit het onderzoek van D'Hooge (2013) blijkt dat vooral leerlingen die géén ASO opleiding gevolgd hebben ervoor kiezen om na het secundair onderwijs meteen op de arbeidsmarkt te gaan. Leerlingen die een algemene opleiding gevolgd hebben, kiezen er in de meeste gevallen wel voor om verder te studeren (D'Hooge, 2013).

Soms kiezen studenten ervoor om niet verder te studeren omdat dit voor hen te hoog gegrepen is. Ten eerste kan dit te wijten zijn aan het feit dat de opleidingen te zwaar lijken. Ten tweede doordat ze een foute studiekeuze gemaakt hebben in het middelbaar waardoor hun basiskennis voor de opleiding die ze willen kiezen te beperkt is. Ten derde omdat ze te weinig ondersteund worden door ouders, leerkrachten en kennissen om te helpen bij hun studiekeuze. En ten slotte is het mogelijk dat studenten niet meer willen verder studeren wegens schoolmoeheid vanwege negatieve leerervaringen (D'Hooge, 2013).

In het academiejaar 2018-2019 kozen net geen 50 000 studenten ervoor om na het middelbaar onderwijs verder te studeren aan een hogeschool of universiteit. We merken hier wel een lichte daling ten opzichte van het vorige academiejaar. 21 243 studenten schreven zich in het academiejaar 2018-2019 in om aan een universiteit te studeren. Dit is een toename van 0,53% in vergelijking met het jaar 2017-2018 (*Hoger onderwijs in cijfers academiejaar 2018-2019*, 2019). De Vlaamse hogescholen kenden daarentegen een daling van het aantal inschrijvingen. Het overzicht van het aantal inschrijvingen van eerstejaarsstudenten in het hoger onderwijs in Vlaanderen vindt u in tabel 2.

	Academiejaar 2017-2018	Academiejaar 2018-2019	Evolutie (aantal)	Evolutie (%)
Hogeschool	28.565	28.068	-497	-1,74%
Universiteit	21.132	21.243	111	0,53%
Totaal	49.697	49.311	-386	-0,78%

*Tabel 2: Evolutie aantal inschrijvingen van eerstejaarsstudenten in het hoger onderwijs*

Zoals blijkt uit bovenstaande tabel kiezen elk jaar ongeveer 20 000 Vlaamse studenten om na het middelbaar onderwijs verder te studeren aan een universitaire instelling. Het is aan de universiteiten om een zo groot mogelijk deel van deze studenten te kunnen overhalen om bij hun een opleiding te volgen.

## **2.2 Tools om potentiële studenten te bereiken**

Om meer studenten aan te trekken is het voor universiteiten in eerste instantie noodzakelijk om hen op een zo adequaat mogelijke manier te bereiken. Communicatie tussen de universiteit en potentiële studenten is daarom heel belangrijk. Studenten vormen namelijk percepties op basis van wat ze weten over universiteiten, wat ze gelezen hebben en wat anderen erover verteld hebben (Rosovsky, 1990).

Het is belangrijk dat een hoger onderwijsinstelling ervoor zorgt dat potentiële studenten voldoende geïnformeerd worden over de voordelen van hun universiteit of hogeschool. Om als hoger onderwijsinstelling potentiële studenten te kunnen overtuigen, moeten deze studenten met andere woorden toegevoegde waarde ervaren. Uit Rand et al. (2018) blijkt dat potentiële klanten zich laten overtuigen door producten of diensten die hen het meeste waarde opleveren. Om een competitief voordeel te behouden, moeten organisaties telkens opnieuw de hoogste waarde bieden aan hun toekomstige en huidige klanten. Hiernaast is het zeer belangrijk dat klanten op de hoogte zijn van deze voordelen. Een goede marketing communicatie is bijgevolg cruciaal (Rand, Henderson, Kotz, & Nelsen, 2018). Ook voor hoger onderwijsinstellingen is dit van groot belang. Ten eerste moeten ze inzicht krijgen in de aspecten waar toekomstige studenten veel waarde aan hechten. Vervolgens moet je hier als universiteit of hogeschool op inspelen door die waarde te kunnen leveren. Daarnaast is het essentieel dat toekomstige studenten met de juiste communicatietools op de hoogte gebracht worden van deze aspecten.

Er zijn verschillende communicatietools die een universiteit kan toepassen om potentiële studenten direct en individueel te benaderen. Vroeger werd hiervoor vooral gebruik gemaakt van traditionele tools zoals e-mails schrijven, brieven sturen of telefonisch contacteren (Dao & Thorpe, 2015). Door een persoonlijke e-mail of brief te schrijven maakten mogelijk geïnteresseerde studenten al een eerste keer kennis met de universiteit. Hierdoor gingen potentiële studenten soms zelf al verder zoeken naar informatie. Daarnaast kon een universiteit ook uitnodigingsmails of -brieven sturen voor opendeurdagen en beurzen. Universiteiten konden potentiële studenten ook bereiken door hen telefonisch te contacteren. Het voordeel hiervan was dat studenten op een persoonlijker en directere manier aangesproken werden waardoor ze sneller geneigd waren om naar een infodag of opendeurweekend te komen (Dao & Thorpe, 2015).

Bij marketeers bestaat de perceptie dat de traditionele communicatiemiddelen, zoals kranten, magazines, universiteitsbrochures en -folders plaatsmaken voor nieuwere marketing communicatietools zoals *social media*, websites en events (Johnston, 2010). *Social media* zijn de dag van vandaag zeer belangrijke informatiebronnen om studenten en middelbare scholieren te bereiken waardoor het voor universiteiten en hogescholen cruciaal is om hierop aanwezig te zijn (Sia, 2013). Het gebruik van *social media* communicatiekanalen zoals Facebook, MySpace, YouTube en Twitter blijft elk jaar toenemen waardoor ze een steeds grotere invloed hebben op potentiële studenten (Johnston, 2010).

Volgens het onderzoek van Dao et al. (2015) zijn informatie op de website van de universiteit zelf en informatie over een universiteit die te vinden is op andere websites de belangrijkste online informatiebronnen om studenten te overtuigen (Dao & Thorpe, 2015). Volgens Johnston et al. (2010) is de invloed van informatie op de website echter minder groot dan de invloed van *social media* communicatiekanalen (Johnston, 2010). Om er als universiteit of hogeschool voor te zorgen dat toekomstige studenten zo vlot mogelijk de weg naar hun website vinden, moeten ze ervoor zorgen dat de website van hun hoger onderwijsinstelling zo hoog mogelijk staat in de zoekresultaten op het internet (Ghose & Yang, 2009). Op die manier komen toekomstige studenten sneller op de website terecht wanneer ze begrippen als 'universiteit', 'hogeschool' of 'verder studeren na het middelbaar' ingeven.

Daarnaast zijn er nog andere belangrijke manieren om potentiële universiteitsstudenten te benaderen. Het belangrijkste communicatiemiddel om de beslissingen van studenten te beïnvloeden zijn volgens Sandiford et al. (2003) de campusbezoeken. Inschrijvingsbeslissingen worden genomen vanuit de eerste indrukken en aanbevelingen van anderen (Sandiford, Lynch, & Bliss, 2003). Studentenambassadeurs hebben hiervoor een belangrijke rol. Dit zijn de mensen die de universiteit vertegenwoordigen op een verscheidenheid van evenementen zoals carrièrebeurzen, middelbare schoolbezoeken en universiteitsbeurzen. Dit kunnen zowel professoren als studenten of medewerkers van de hoger onderwijsinstelling zijn (Johnston, 2010). Zij moeten ervoor zorgen dat toekomstige studenten een zo goed mogelijk gevoel krijgen bij het eerste contact met de universiteit. Als ze hierin slagen, zullen de studenten veel sneller geneigd zijn om de universiteit te bezoeken tijdens een infodag (Sandiford et al., 2003).

Volgens Sia (2013) biedt een campusbezoek waarde voor zowel de student als de universiteit. Toekomstige studenten komen naar de campus met bepaalde verwachtingen, zoals het ontmoeten van huidige studenten die op hen lijken of universiteitsmedewerkers die interesse tonen in hen. De persoonlijke aandacht die de student ontvangt tijdens een campusbezoek vormt een belangrijke motivatie die helpt met hun keuze voor een universiteit. In Sia (2013) worden campusbezoeken door een groot aantal studenten beoordeeld als een zeer belangrijke bron van informatie in hun zoek- en keuzeproces voor een bepaalde universiteit (Sia, 2013).

Om de positie in de markt te versterken, moeten hoger onderwijsinstellingen informatie over hun programma's verstrekken aan potentiële studenten, maar ook aan hun vrienden, leeftijdsgenoten en andere middelbare scholieren. Het is belangrijk voor een universiteit dat al deze groepen met elkaar

praten over hun toekomstige studies en de plaats waar ze gaan studeren. Op die manier raken steeds meer potentiële studenten bekend met de universiteit, wat leidt tot een positieve *Word of Mouth* (Joseph, Mullen, & Spake, 2012). Bij het bezoeken van de middelbare scholen moet je er, als universiteit of hogeschool, ook alles aan doen om het personeel van de middelbare school op de hoogte te houden van de recentste opleidingen, programma's en beurzen. Dit is noodzakelijk aangezien leerkrachten van de middelbare school gezien worden als een belangrijke bron van informatie voor potentiële studenten. Als een universiteit een positieve indruk nalaat bij de leerkrachten, zullen zij deze universiteit ook sneller aanraden aan hun leerlingen (Sia, 2013).

## **2.3 Wat bepaalt de universiteitskeuze van studenten?**

Vooraleer er aanbevelingen gedaan kunnen worden aan Universiteit Hasselt om meer studenten aan te trekken, is het belangrijk om eerst alle factoren te bepalen die een invloed hierop hebben. In deze sectie zal daarom een antwoord gegeven worden op de eerste deelvraag: 'Welke factoren hebben een invloed op de universiteitskeuze van toekomstige studenten?'.

Deze keuze wordt volgens Sandiford et al. (2003) bepaald door zowel externe karakteristieken als kenmerken van de student zelf. Externe eigenschappen hebben betrekking op aspecten zoals communicatie, invloedrijke personen en marketing. Kenmerken zoals sociaaleconomische status, financiële hulp en interesses bepalen de studentenkenmerken (Sandiford et al., 2003).

Toekomstige studenten vergelijken universiteitsmerken en -kenmerken en wijzen niveaus van belang toe. Op basis hiervan proberen ze de voor hen beste keuze te maken. (Curtis, Abratt, & Minor, 2009). Volgens Obermeit (2012) geldt er voor studenten een driefasig keuzemodel voor hun universiteitskeuze.

In de predispositiefase ontwikkelen studenten universiteitsambities. Dit is een ontwikkelingsfase waarin studenten bepalen of ze hun opleiding al dan niet willen voortzetten na de middelbare school (Hossler & Gallagher, 1987). In sectie 2.1 werd deze fase reeds geanalyseerd. Er waren drie belangrijke redenen waarom studenten ervoor kiezen om verder te studeren na hun middelbare opleiding. Ten eerste zijn ze zich ervan bewust dat het behalen van een goed diploma de dag van vandaag zeer belangrijk is om hun kansen op werkzekerheid zo hoog mogelijk te houden. Ten tweede hechten ze veel belang aan een goede job en ten slotte zijn studenten die een algemene opleiding in het middelbaar (ASO) gevolgd hebben vaak niet voldoende voorbereid om te gaan werken waardoor verder studeren een *must* is.

Tijdens de zoekfase proberen studenten de voor hen belangrijke institutionele eigenschappen te bepalen en informatie te zoeken. Hossler definieerde zoekactiviteiten als "zoeken naar de attribuutwaarden die kenmerkend zijn voor verschillende universiteiten en daarnaast het leren over en identificeren van de juiste attributen" (Hossler & Gallagher, 1987, p. 209). Tijdens de zoekfase formuleren studenten de 'keuzeset'. De keuzeset is de groep instituten waar studenten daadwerkelijk tussen gaan kiezen (Hossler & Gallagher, 1987). In de keuzefase bepalen studenten tenslotte aan welke universiteit of hogeschool ze zich zullen inschrijven (Obermeit, 2012). In de empirische studie

van deze masterproef zal verder ingegaan worden op de zoek- en keuzefase. Concreet zal daar onderzocht worden welke attributwaarden een invloed hebben op de keuze van toekomstige studenten voor Universiteit Hasselt. Alle factoren die hier mogelijk een effect op hebben zullen in dit hoofdstuk uitvoerig besproken worden.

In tabel 3 wordt een overzicht gegeven van het aantal eerstejaarsstudenten die kiezen voor een bepaalde Vlaamse universiteit. We stellen vast dat de inschrijvingen bij bijna elke universiteit erop vooruitgaan. Enkel de universiteit van Antwerpen had in het academiejaar 2017-2018 iets meer inschrijvingen dan dit academiejaar (2018-2019). De stijging is het grootst bij de Vrije Universiteit Brussel, gevolgd door Universiteit Hasselt, met 5,16% (*Hoger onderwijs in cijfers academiejaar 2018-2019*, 2019). We dienen er wel bij te vermelden dat de inschrijvingen aan de UHasselt het academiejaar voordien een flinke knauw gekregen hadden, na enkele jaren gekend te hebben waarop de inschrijvingen telkens toenamen. Deze toename had hoofdzakelijk te maken met de verhoogde inschrijvingen bij de nieuwe studierichting handelswetenschappen en kinesitherapie.

	Academiejaar 2017-2018	Academiejaar 2018-2019	Evolutie (aantal)	Evolutie (%)
Katholieke Universiteit Leuven	8.024	8.026	2	0,02%
Universiteit Antwerpen	3.030	2.935	-95	-3,14%
Universiteit Gent	7.102	7.124	22	0,31%
Universiteit Hasselt	1.260	1.325	65	5,16%
Vrije Universiteit Brussel	1.411	1.666	255	18,07%

*Tabel 3: Aantal inschrijvingen van eerstejaarsstudenten per universiteit in Vlaanderen*

### 2.3.1 Advies van derden

Eerder onderzoek van Haryanti et al. (2016) geeft aan dat ouders, vrienden, alumni en leerkrachten van het middelbaar een belangrijke rol spelen bij het kiezen van een studierichting en het bepalen van de universiteit. Het advies van anderen kan ervoor zorgen dat een student een beter beeld krijgt van een bepaalde universiteit. Het gevolg hiervan is dat de student verder op zoek zal gaan naar extra informatie (Haryanti, Wijayanto, & Sumarwan, 2016). Potentiële studenten en hun ouders vergelijken de merken en kenmerken van alternatieve instellingen en wijzen aan elk alternatief een niveau van belang toe (Stephenson et al., 2016).

Volgens Johnston (2010) zijn niet alleen ouders een zeer invloedrijke informatiebron, maar ook andere familieleden en vrienden. Uit dit onderzoek bleek dat vooral de moeder een aanzienlijke invloed heeft op de keuze voor een bepaalde universiteit. Zeker wanneer een of beide ouders zelf aan een bepaalde universiteit gestudeerd hebben, willen ze vaak een rol spelen in de keuze van hun kinderen (Johnston, 2010). Ook met het advies van leerkrachten van het middelbaar wordt rekening gehouden bij het maken van deze keuze. Vaak spelen ook de positieve of negatieve ervaringen van oud-studenten bij bepaalde universiteiten hierin een rol. Op basis van hun ervaringen met een universiteit kunnen zij een grote invloed hebben op de keuze van een potentiële student (Pinar, Trapp, Girard, & E. Boyt, 2014).

Tot op zekere hoogte beïnvloeden leeftijdgenoten de universiteitskeuze van studenten. Meerdere studies onderzochten de interactie van leerlingen met andere aan een bepaalde universiteit gebonden studenten. Deze studies suggereerden dat hoe meer een leerling op de middelbare school interageert met andere studenten met universiteitsplannen, hoe groter de kans is dat hij of zij zal overwegen om ook naar die universiteit te gaan (Shanka, Quintal, & Taylor, 2006). Leeftijdsgenoten hebben daarom zeker ook een invloed op de predispositiefase van studenten. Verder toonde het onderzoek van Sia (2013) aan dat niet alleen studenten die op zoek zijn naar een universiteit hun leeftijdsgenoten raadplegen. Ook studenten die niet van plan zijn om verder te studeren na het middelbaar, praten vaak met hun vrienden over universitaire studies (Sia, 2013).

Hoewel wordt beschouwd dat ouderlijke aanmoediging een zeer grote invloed heeft, voegt het effect van studiegenoten een extra dynamiek toe aan het algemene universiteitskeuzep proces van middelbare scholieren. Adviezen van vrienden en voormalige studenten wegen zwaar op de hoofden van universiteitsaanvragers bij het kiezen tussen universiteiten. In het onderzoek van Sia (2013) wendde ongeveer 27% van de studenten zich tot hun vrienden en kennissen voor hun universiteits- of hogeschoolkeuze. Dit komt omdat formele bronnen van interpersoonlijke informatie zoals adviseurs, deskundigen en universiteitspersoneel minder gemakkelijk toegankelijk zijn dan informele bronnen zoals vrienden, familie, burens en kennissen (Sia, 2013).

Leerkrachten hebben dagelijks toegang tot de studenten en een aantal studenten zien deze volwassenen als aanvullende of soms primaire bronnen van informatie over hoger onderwijs instituten. Veel onderzoek heeft bevestigd dat studenten, bij het maken van een universiteitskeuze, vaak naar leerkrachten kijken als onderdeel van hun informatieverzamelingsproces (Lee, Chow-Hoy, Burkam, Gevert, & Smerdon, 1998). Om de invloed van het advies van ouders, vrienden en kennissen, oud-studenten en leerkrachten uit het middelbaar na te gaan, wordt volgende hypothese vooropgesteld:

**Hypothese 1:** *Aanbevelingen van derden zijn positief gerelateerd aan de keuze van toekomstige studenten voor de UHasselt.*

### **2.3.2 Uitstraling en faciliteiten**

Een tweede factor is de uitstraling die een universiteit uitoefent op potentiële studenten. Stephenson et al. (2016) constateerde dat de schoonheid en netheid van de campusomgeving een aantrekkelijke eigenschap is om studenten aan te trekken. Het gastvrije, relaxte en vriendelijke gevoel van de campus stimuleert een gevoel van comfort bij toekomstige studenten (Stephenson et al., 2016). Daarnaast zijn de beschikbaarheid van bibliotheken, eetzaal, restaurants, computerlokals, koten, sportfaciliteiten en medische centra extra troeven (Kalimullin & Dobrotvorskaya, 2016). Price et al. (2002) voegt hieraan toe dat ook de aanwezigheid van stille studieruimtes, verzorgde lokals en aula's, propere buitenterreinen, shops en bankautomaten aspecten zijn die een universiteit aantrekkelijk maakt voor studenten (Price, Matzdorf, Smith, & Agahi, 2002). Ook spelen de veiligheid en beveiliging van de campus een belangrijke rol (Sandiford et al., 2003).



De uitstraling van een universiteit is een heel belangrijk aspect wanneer potentiële studenten de campus bezoeken tijdens infodagen. Volgens Sia (2013) geven campusbezoeken vaak de doorslag in het keuzeproces van een student (Sia, 2013). Studenten komen naar infodagen met bepaalde verwachtingen zoals informatie verkrijgen over aangeboden programma's. Daarnaast zullen ze zich meteen aangetrokken voelen tot een universiteit als de infrastructuur en aanwezige faciliteiten in de smaak vallen. De inrichting van de universiteitsgebouwen behoort ook tot de uitstraling van een universiteit. Sommigen universiteiten zijn modern ingericht, terwijl andere campussen vooral uit ouderwetse gebouwen bestaan (Soutar & Turner, 2002). Katholieke Universiteit Leuven bestaat bijvoorbeeld hoofdzakelijk uit oudere gebouwen, terwijl een universiteit als UHasselt zich zo modern mogelijk probeert te profileren.

Ook kunnen de grootte van een universiteit en de afstand tussen de campussen onderling een rol spelen bij de keuze voor een bepaalde universiteit. Veel studenten zijn nog maar net onttrokken aan de huiselijke sfeer en vinden het aangenamer om aan een kleinere universiteit te studeren. Ook vinden de ouders vaak dat het veiliger is voor hun kinderen om aan een instituut te studeren waar alles dichterbij elkaar ligt. Toch zijn er ook studenten die een grotere universiteit verkiezen. De voornaamste reden hiervoor is dat grotere universiteiten vaak gezien worden als prestigieuzer (Soutar & Turner, 2002). Om te testen of de uitstraling een invloed heeft op de keuze van toekomstige studenten voor Universiteit Hasselt wordt volgende hypothese vooropgesteld:

***Hypothese 2:*** *De uitstraling is positief gerelateerd aan de keuze van toekomstige studenten voor de UHasselt.*

### **2.3.3 Reputatie**

De reputatie van een universiteit heeft ook een invloed op het keuzeproces van de studenten. Volgens Munisamy et al. (2014) behoren de reputatie van een universiteit en de studieprogramma's tot de meest beduidende factoren om studenten aan te trekken. Daarnaast zijn vooruitzichten op een goede job en de link die de universiteit heeft met de industrie ook belangrijke *drivers* om studenten te overtuigen (Munisamy, Mohd Jaafar, & Nagaraj, 2014). Sinds enkele jaren is het ook 'modieus' geworden om contacten met andere internationale universiteiten te vermelden (Kalimullin & Dobrotvorskaya, 2016).

De academische reputatie en de reputatie van de universiteit zijn zowel in de Verenigde Staten als in Duitsland kritische factoren voor studenten om de juiste universiteit te kiezen. De academische reputatie heeft betrekking op het beeld dat toekomstige studenten hebben over de niveau van de universiteit. Het gaat hier niet alleen over de kwaliteit van de lessen, ook het examenniveau en de slaagkansen behoren tot de academische reputatie. Om de reputatie van een universiteit na te gaan, wordt er gekeken naar de positie van deze universiteit op de ranglijst van alle universiteiten (Obermeit, 2012). Katholieke Universiteit Leuven en Universiteit Gent zijn bijvoorbeeld universiteiten met een betere reputatie dan Universiteit Hasselt vanwege hun hogere positie op de wereldwijde universiteitsranglijst.

In het onderzoek van Iacopini et al. (2017) werd aan ouders gevraagd welke aspecten zij belangrijk vinden om te bepalen aan welke universiteit hun kinderen gaan studeren. Een veel voorkomende factor was hier ook de reputatie van de universiteit. Zij vonden het belangrijk dat hun zoon of dochter studeerde aan een instituut dat internationaal bekend was. Ze waren ervan overtuigd dat een diploma, behaald aan zo'n universiteit, hun kansen op een goede job aanzienlijk kon verhogen (Iacopini & Hayden, 2017).

Soms wordt door studenten voor een bepaalde universiteit gekozen omdat deze universiteit bekend staat als 'makkelijker' dan een andere. De meeste studenten die aan een universitaire studie beginnen, zijn onzeker en bang dat de opleiding te zwaar zal zijn. Daarom zullen sommigen er bewust voor kiezen om te studeren aan een universiteit waar de slaagkansen hoger liggen (Sabir, Ahmad, Ashraf, & Ahmad, 2013). Met onderstaande hypothese zal nagegaan worden of de reputatie een invloed heeft op de keuze van toekomstige studenten voor UHasselt.

**Hypothese 3:** *De reputatie is positief gerelateerd aan de keuze van toekomstige studenten voor de UHasselt.*

#### **2.3.4 Locatie**

Een vierde belangrijke factor is de locatie. De keuze van de universiteit wordt ook vaak bepaald door de plaats waar ze zich bevindt. Dikwijls kiezen studenten voor een instituut dat dicht bij hun woonplaats gelegen is. Anderen kiezen er juist voor om te gaan studeren aan een universiteit die ver weg is, zodat ze onder de vleugels en ogen van hun ouders weg zijn en amper kennissen tegenkomen (Stephenson et al., 2016).

De afstand tot het centrum van een grote stad is ook belangrijk voor studenten. Volgens Sia (2013) zijn studenten sneller geneigd om te kiezen voor een universiteit die gelegen is in de buurt van plaatsen zoals supermarkten, winkels en recreatiecentra (Sia, 2013).

Daarnaast wordt er ook gekeken naar de goede bereikbaarheid van de universiteit. Sommige studenten komen met hun eigen wagen of worden door hun ouders gebracht en willen geen uren verliezen door aan te schuiven of in de file te staan. Voor anderen is de kwaliteit van het openbaar vervoer zeer belangrijk (Price et al., 2002). Veel studenten die pendelen hebben geen eigen auto ter beschikking en zijn daarom genoodzaakt om gebruik te maken van het publiek transport. Om het effect van de locatie van Universiteit Hasselt na te gaan, wordt volgende hypothese opgesteld:

**Hypothese 4:** *De locatie is positief gerelateerd aan de keuze van toekomstige studenten voor de UHasselt.*

### 2.3.5 Studieaanbod

Het studieaanbod is ook een cruciale factor om studenten te overtuigen. Uit een studie in Duitsland bleek dat de aangeboden studierichtingen een zeer invloedrijke factor is om studenten te motiveren naar een bepaalde universiteit te komen (Obermeit, 2012). In de twee volgende tabellen wordt een overzicht gegeven van het aantal eerstejaarsstudenten in Vlaanderen die zich, in het academiejaar 2017-2018 en 2018-2019, voor een bepaalde universitaire opleiding hebben ingeschreven.

Tabel 4 geeft dit overzicht voor alle opleidingen die worden aangeboden door de UHasselt. Voor deze opleidingen zien we dat Rechten en Toegepaste Economische Wetenschappen (TEW, Handelsingenieur en Handelsingenieur in de Beleidsinformatica) het populairst zijn bij eerstejaarsstudenten. Ook Bewegings- en Revalidatiewetenschappen (Kinesithérapie op UHasselt) en Industriële Ingenieurswetenschappen worden vaak gekozen. Architectuur en Kunst en vooral de opleiding Mobiliteitswetenschappen vallen minder in de smaak bij eerstejaarsstudenten en worden bijgevolg minder gevolgd (*Hoger onderwijs in cijfers academiejaar 2018-2019*, 2019).

	Academiejaar 2017-2018	Academiejaar 2018-2019	Evolutie (aantal)	Evolutie (%)
Architectuur en Kunst	649	652	3	0,46%
Bewegings- en Revalidatiewetenschappen	1.620	1.477	-143	8,83%
Biomedische Wetenschappen	976	987	11	1,13%
Toegepaste Economische Wetenschappen	2.001	2.217	216	10,79%
Geneeskunde	804	720	-84	-10,45%
Handelswetenschappen	1.262	1.436	174	13,79%
Industriële Ingenieurswetenschappen	1.832	1.853	21	1,15%
Rechten	2.447	2.406	-41	-1,68%
Mobiliteitswetenschappen	17	11	-6	-35,29%
Wetenschappen	1.432	1.464	32	2,23%

*Tabel 4: Aantal eerstejaarsstudenten per opleiding aan Vlaamse universiteiten (opleidingen die UHasselt aanbiedt)*

In tabel 5 wordt opnieuw een overzicht gegeven van de studiekeuzes van eerstejaarsstudenten, maar dan voor alle universitaire opleidingen die niet door de UHasselt worden aangeboden. Hier zien we dat de opleidingen Psychologie en Pedagogische Wetenschappen, Burgerlijk Ingenieurswetenschappen en Politieke en Sociale Wetenschappen zeer populair zijn bij eerstejaarsstudenten. De opleidingen Diergeneeskunde, Farmaceutische Wetenschappen, Taal- en Letterkunde, Bio-Ingenieurswetenschappen en Toegepaste Taalkunde worden ook vrij vaak gekozen door nieuwe universiteitsstudenten. Biotechniek, Conservatie-restauratie, Godsdienstwetenschappen en Kerkelijk Recht, Nautische Wetenschappen, Productontwikkeling en Tandheelkunde zijn de opleidingen die het minst populair zijn bij de eerstejaars. Voor Tandheelkunde wordt dit aantal wel beïnvloed door de toelatingsproeven (*Hoger onderwijs in cijfers academiejaar 2018-2019*, 2019).

	Academiejaar 2017-2018	Academiejaar 2018-2019	Evolutie (aantal)	Evolutie (%)
Archeologie en Kunstwetenschappen	169	194	25	14,79%
Biotechniek	102	115	13	12,75%
Conservatie-Restauratie	28	38	10	35,71%
Diergeneeskunde	548	518	-30	-5,47%
Farmaceutische Wetenschappen	699	731	32	4,58%
Geschiedenis	312	331	19	6,09%
Godsdienstwetenschappen en Kerkelijk Recht	43	49	6	13,95%
Nautische Wetenschappen	110	104	-6	-5,45%
Politieke en Sociale Wetenschappen	1.019	1.006	-13	-1,28%
Productontwikkeling	120	121	1	0,83%
Psychologie en Pedagogische Wetenschappen	1.424	1.439	15	1,05%
Sociale Gezondheidswetenschappen	167	176	9	5,39%
Taal- en Letterkunde	537	499	-38	-7,08%
Tandheelkunde	67	78	11	16,42%
Bio-Ingenieurswetenschappen	712	709	-3	-0,42%
Toegepaste Taalkunde	516	444	-72	-13,9%
Burgerlijk Ingenieurswetenschappen	1.142	1.110	-32	-2,80%
Wijsbegeerte en Moraalwetenschappen	202	191	-11	-5,45%

*Tabel 5: Aantal eerstejaarsstudenten per opleiding aan Vlaamse universiteiten (opleidingen die UHasselt niet aanbiedt)*

Het aanbieden van uitwisselingsprogramma's, onderwijs op afstand en de mogelijkheid om deeltijds te studeren en deeltijds te werken zijn andere factoren die een studieprogramma interessanter kunnen maken voor toekomstige universitaireren (Aydin & Bayir, 2016).

Sommige studenten kiezen een universiteit omdat deze de exacte major aanbiedt die hij of zij wil volgen. Voor het onderzoek van Stephenson et al. (2016) werd aan studenten gevraagd waarom zij voor een bepaalde universiteit gekozen hadden. Vaak kwamen antwoorden als "weinig scholen hadden mijn beoogde major" en "het had mijn exacte major, wat erg belangrijk was om te beslissen naar welke universiteit ik zou gaan" naar boven (Stephenson et al., 2016, p. 497).

Hiernaast kunnen studenten zich ook laten overtuigen door specifieke kenmerken van een studierichting. Afhankelijk van de universiteit waar je studeert, krijg je als student andere opleidingsonderdelen aangeboden per studierichting (Qureshi, 1995). De ene universiteit biedt bijvoorbeeld de mogelijkheid om een stage te doen, terwijl dit op andere plaatsen onmogelijk is. Met betrekking tot het studieaanbod wordt volgende hypothese vooropgesteld:

**Hypothese 5:** *Het studieaanbod is positief gerelateerd aan de keuze van toekomstige studenten voor de UHasselt.*

### **2.3.6 Onderwijssysteem**

Het onderwijssysteem kan ook een bepalende factor zijn voor de keuze van een universiteit. Ten eerste verschilt de hoeveelheid les dat aangeboden wordt voor eenzelfde studierichting van universiteit tot universiteit. Sommige universiteiten kiezen voor een systeem met drukke lesweken, terwijl anderen eerder opteren voor een systeem met minder les en meer zelfstudie (Dao & Thorpe, 2015). Voor de studierichting Handelsingenieur biedt Universiteit Hasselt bijvoorbeeld wekelijks

minder uren les aan in vergelijking met studenten die dezelfde studierichting volgen aan Katholieke Universiteit Leuven.

Daarnaast kan ook het examensysteem een belangrijke rol spelen in het keuzeproces van toekomstige studenten. Er zijn universiteiten die werken met een semestersysteem, met enkel in januari en juni een examenperiode. Toch zijn er ook universiteiten die een zes-, acht- of tienwekensysteem aanbieden. Sommige studenten hebben een voorkeur voor het semestersysteem. Anderen verkiezen meer dan twee examenperiodes omdat de hoeveelheden examenstof dan minder zijn en ze meer verplicht worden om de leerstof goed bij te houden (Sia, 2013).

De klasgrootte heeft ten slotte ook een invloed op het keuzeproces van studenten. Volgens Li et al. (2017) kan men spreken van een kleine klas als deze uit minder dan 40 studenten bestaat. Wanneer klassen uit 40 tot 100 studenten bestaan, wordt dit als middelgroot gekwalificeerd. Grote klassen bestaan uit maximum 200 studenten. Bij meer dan 200 studenten per klas spreken we over enorme klassen. Uit de studie van Li et al. (2017) bleek dat bijna 60 procent van de studenten een klas verkiest die bestaat uit minder dan 100 personen. Slechts drie procent had een voorkeur voor enorme klassen (Yuan, Yunqi, & Feng-Kuang, 2017). Voor het onderwijssysteem dat Universiteit Hasselt hanteert wordt volgende hypothese vooropgesteld:

**Hypothese 6:** *Het onderwijssysteem is positief gerelateerd aan de keuze van toekomstige studenten voor de UHasselt.*

### **2.3.7 Kosten**

De kosten die studeren aan een universiteit met zich meebrengen zijn vanzelfsprekend ook een belangrijke factor voor studenten en hun ouders. Kosten die in rekening moeten gebracht worden zijn het inschrijvingsgeld per academiejaar, het cursusmateriaal, de transportkosten van en naar de universiteit, de prijs van een studentenkamer, kosten van eten en drinken... Ook de flexibiliteit van betalingstermijn, de beschikbaarheid van financiële hulp en de mogelijkheid op een studiebeurs beïnvloeden dit keuzeproces (Dao & Thorpe, 2015).

Hoewel het kostenplaatje in de meeste gevallen niet doorslaggevend is, blijkt uit de studie van Stephenson et al. (2016) dat er toch ook studenten zijn die gevoeligheid vertonen voor financiële variabelen tijdens hun selectieproces. Sommige studenten of hun ouders kiezen voor de meest betaalbare universiteit, terwijl anderen ervan uitgaan dat een duurdere universiteit samenhangt met een betere opleiding en daarom hiervoor kiezen (Stephenson et al., 2016).

Volgens Yusof et al. (2008) behoort financiële ondersteuning door universiteiten tot de belangrijkste attributen die de keuze voor een bepaalde instelling mee helpen bepalen. Studenten die financiële steun ontvangen bij een bepaalde universiteit, zijn sneller geneigd om daar te gaan studeren (Yusof, Ahmad, Tajudin, & Ravindran, 2008). 70% van de studenten en 87% van de ouders geven aan dat ze goed geïnformeerd zijn over financiële hulpprogramma's en of ze in aanmerking komen voor financiële steun (Sia, 2013). Met betrekking tot de studiekosten kan volgende hypothese vooropgesteld worden:

**Hypothese 7:** *De studiekosten zijn positief gerelateerd aan de keuze van toekomstige studenten voor de UHasselt.*

### **2.3.8 Buitenschoolse activiteiten**

Een laatste, maar zeker niet te onderschatten factor die studenten kan overtuigen om voor een bepaalde universiteit te kiezen is het sociale leven. De meeste jongeren beginnen zich te ontplooiën op sociaal gebied, leren aan een hoog tempo andere mensen kennen en willen zichzelf ontdekken en de wereld verkennen. Daarom zullen zij veel belang hechten aan een goed sociaal leven wanneer ze voor een universiteit kiezen (Munisamy et al., 2014). De meeste studenten zijn op het moment dat ze hun keuze moeten maken net meerderjarig geworden, wat betekent dat er een volledig nieuwe wereld voor hen opengaat. Ze hebben pas een rijbewijs, mogen alcohol drinken en krijgen meer vrijheid van hun ouders.

Daarenboven zijn er veel studenten die een leuke studententijd willen beleven. Voor hen is een goed uitgaansleven daarom een vereiste (Walsh, Moorhouse, Dunnett, & Barry, 2015). Ook de aanwezigheid en reputatie van de studentenverenigingen spelen hierin een belangrijke rol. Foto's van het uitgaansleven op de website van de universiteit zouden een extra troef zijn om deze jonge mensen te overtuigen. Daarnaast is het ook wenselijk om informatie te geven over de beschikbaarheid van clubs, studententheaters, creatieve studio's en sportfaciliteiten in de buurt van de universiteit (Kalimullin & Dobrotvorskaya, 2016). Om na te gaan of buitenschoolse activiteiten een invloed hebben op de keuze van toekomstige studenten voor UHasselt wordt volgende hypothese vooropgesteld:

**Hypothese 8:** *Buitenschoolse activiteiten zijn positief gerelateerd aan de keuze van toekomstige studenten voor de UHasselt.*



### 3 Conceptueel model

In de literatuurstudie werden de factoren bepaald die mogelijk een invloed hebben op de universiteitskeuze van studenten. Om een overzicht van deze variabelen te geven, worden ze samen gegoten in een conceptueel model. Voordat het conceptueel model opgesteld wordt, vindt u eerst een overzicht van alle variabelen in tabel 6. Bij de factor 'onderwijssysteem' werd nog één variabele, begeleiding, toegevoegd. In de empirische studie zal, onder de sectie 'kwalitatief onderzoek', besproken worden waarom deze variabele ook in ons model wordt opgenomen.

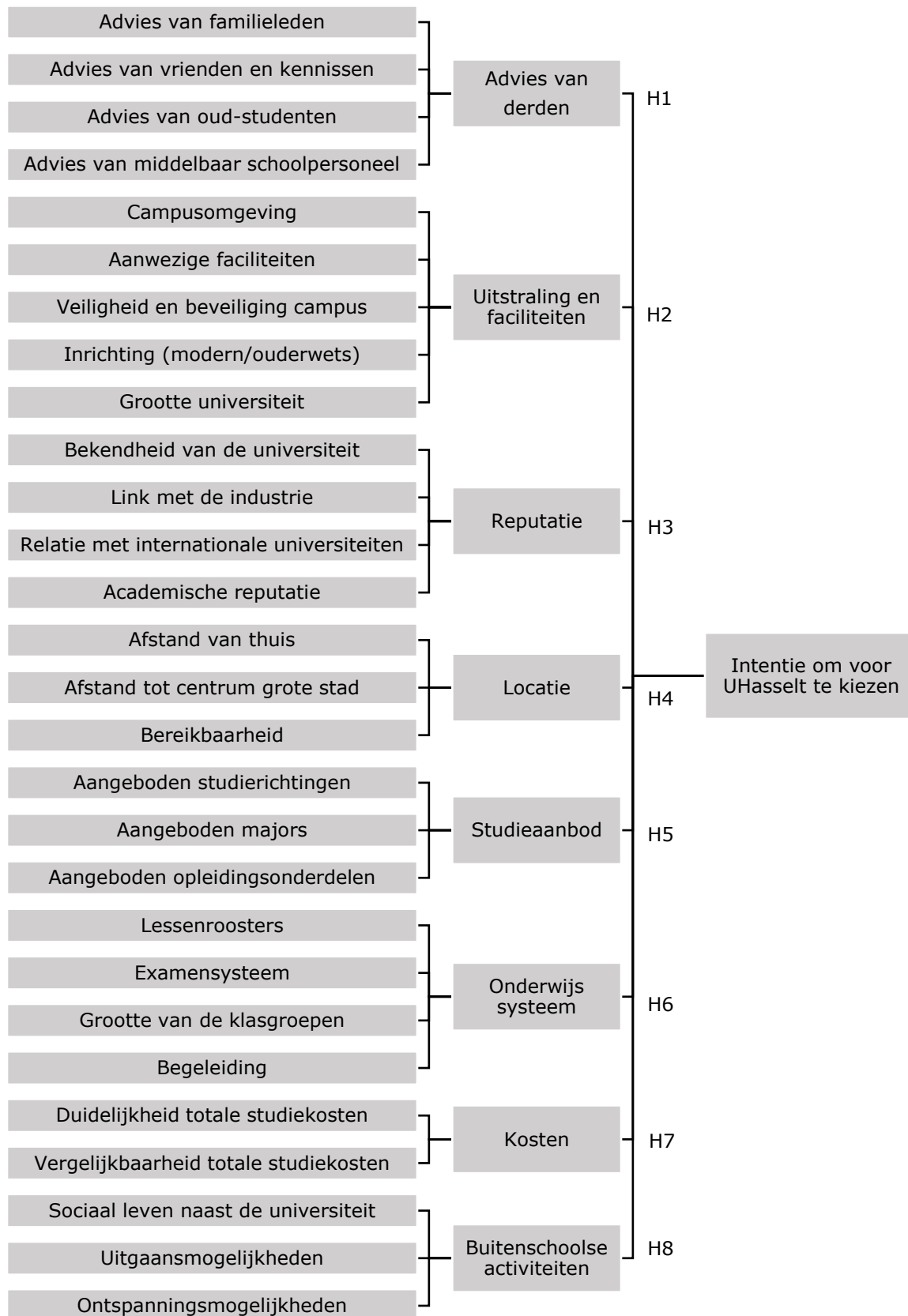
#### 3.1 Overzicht variabelen

<b>Factor die invloed heeft op universiteitskeuze</b>	<b>Variabelen</b>	<b>Bron</b>
<b>Advies van derden</b>	Advies van familieleden	Johnston, 2010
	Advies van vrienden en kennissen	Johnston, 2010
	Advies van oud-studenten	Johnston, 2010
	Advies van middelbaar schoolpersoneel	Johnston, 2010
<b>Uitstraling en faciliteiten</b>	Campusomgeving	Stephenson et al., 2016
	Aanwezige faciliteiten	Kalimullin et al., 2016
	Veiligheid en beveiliging campus	Sandiford et al., 2003
	Inrichting (modern/ouderwets)	Soutar et al., 2002
	Groote universiteit	Li et al., 2017
<b>Reputatie</b>	Bekendheid van de universiteit	Munisamy et al., 2014
	Link met de industrie	Munisamy et al., 2014
	Relatie met internationale universiteiten	Kalimullin et al., 2016
	Academische reputatie	Obermeit, 2012
<b>Locatie</b>	Afstand van thuis	Stephenson et al., 2016
	Afstand tot centrum grote stad	Sia, 2013
	Bereikbaarheid	Price et al., 2002
<b>Studieaanbod</b>	Aangeboden studierichtingen	Obermeit, 2012
	Aangeboden majors	Stephenson et al., 2016
	Aangeboden opleidingsonderdelen	Qureshi, 1995
<b>Onderwijssysteem</b>	Lessenroosters	Dao & Thorpe, 2015
	Examensysteem	Sia, 2013
	Groote van de klasgroepen	Li et al., 2017
	Begeleiding	Kwalitatief onderzoek
<b>Kosten</b>	Duidelijkheid totale studiekosten	Dao & Thorpe, 2015
	Vergelijkbaarheid totale studiekosten	Dao & Thorpe, 2015
<b>Buitenschoolse activiteiten</b>	Sociaal leven naast de universiteit	Munisamy et al., 2014
	Uitgaansmogelijkheden	Walsh et al., 2015
	Ontspanningsmogelijkheden	Kalimullin et al., 2016

Tabel 6: Overzicht variabelen die de keuze voor een universiteit bepalen



## 3.2 Conceptueel model



Figuur 1: Conceptueel model

## 4 Empirische studie

Het conceptueel model geeft alle variabelen weer die mogelijk een invloed hebben op de keuze van een student voor een bepaalde universiteit. Nu is het belangrijk dat er bepaald wordt op welke van deze factoren Universiteit Hasselt reeds goed scoort en op welke minder. Daarnaast wordt ook het belang van iedere factor nagegaan. Daarom zullen in deze empirische studie de hypothesen uit de literatuurstudie getest worden om vervolgens inzicht te krijgen in het belang van elke factor. Op basis van deze resultaten kunnen vervolgens strategische aanbevelingen gegeven worden aan de Universiteit Hasselt om in de toekomst meer studenten aan te trekken. Voordat we in de praktijk gaan testen welke factoren een significante invloed hebben op de keuze van toekomstige studenten voor UHasselt, zal eerst een kwalitatieve studie gevoerd worden. Het doel van dit onderzoek is om na te gaan of er in de literatuurstudie geen belangrijke factoren ontbreken die mogelijk ook een invloed kunnen hebben op het keuzeproces van toekomstige studenten.

### 4.1 Kwalitatief onderzoek

De factoren in de literatuurstudie werden allemaal in wetenschappelijke papers gevonden. Om er zeker van te zijn dat er geen belangrijke redenen om voor een bepaalde universiteit te kiezen over het hoofd gezien werden, zal ook een kwalitatief onderzoek gevoerd worden. Aan de hand van persoonlijke interviews werd aan studenten uit het zesde middelbaar ASO en eerste bachelor aan een universiteit gevraagd welke factoren meespelen in hun keuzeproces voor een universiteit. Indien er hier nog nieuwe factoren aan het licht komen, zullen deze ook opgenomen worden in dit onderzoek. Volgende vragen werden aan iedere geïnterviewde uit het zesde middelbaar ASO of eerste bachelor aan een universiteit gesteld:

#### Studenten uit het zesde middelbaar ASO

1. Bent u van plan om volgend jaar verder te studeren?
2. Wil u studeren aan een universiteit of hogeschool?
3. Heeft u al beslist aan welke universiteit of hogeschool u wil verder studeren?
4. Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om voor een bepaalde universiteit of hogeschool te kiezen?

#### Studenten uit eerste bachelor aan een universiteit

1. Is dit het eerste jaar dat u aan een universiteit studeert?
2. Wat waren voor u de belangrijkste redenen om voor deze universiteit te kiezen?

Bij ieder interview werden de antwoorden op deze vragen opgeslagen. U kan de resultaten van deze interviews terugvinden in bijlage 1.

#### 4.1.1 Respondenten

Om te bepalen of er nog belangrijke factoren missen in dit onderzoek, werden interviews afgenomen bij 25 respondenten, elf vrouwen en veertien mannen. Van deze respondenten zitten tien personen in hun zesde middelbaar ASO en vijftien personen in hun eerste bachelor aan een universiteit. Negen personen hiervan studeren momenteel aan Universiteit Hasselt, de andere zes studeren aan

Katholieke Universiteit Leuven of Vrije Universiteit Brussel. Iedere persoon werd apart ondervraagd en hun antwoorden werden anoniem verwerkt. U kan de resultaten van deze interviews in de bijlage vinden.

#### **4.1.2 Resultaten**

Uit deze interviews blijkt dat de meest voorkomende factoren om voor een bepaalde universiteit te kiezen dezelfde zijn als diegene die reeds opgesomd werden in de literatuurstudie. De twee factoren die het meest naar voor komen in dit verkennend onderzoek zijn de afstand van thuis tot de universiteit en het advies van naaste familieleden, kennissen en leerkrachten.

Vooraf de afstand tot thuis is voor studenten die ervoor kiezen om te studeren aan Universiteit Hasselt een heel belangrijke factor. Zij pendelen iedere dag naar en van de universiteit en vinden het daarom belangrijk dat ze niet te lang onderweg zijn. Volgende quotes uit de persoonlijke interviews bewijzen dit: "Het is dicht bij mijn thuis, dan hoef ik niet op kot te gaan", "De afstand van thuis", "Ik wil niet op kot gaan". Aan de andere kant zijn er studenten die net wel kiezen voor een bepaalde universiteit omdat ze op kot willen: "Het studentenleven en de mogelijkheid om op kot te gaan", "Omdat ik graag op kot wil". Hun keuze gaat daarom meestal naar Katholieke Universiteit Leuven.

De tweede belangrijke reden die weergegeven werd is het advies van familie, kennissen en leerkrachten. De leerlingen uit het middelbaar die deze belangrijke keuze in hun leven moeten maken, laten zich graag ruggensteunen door mensen als hun ouders, leerkrachten en anderen die dit pad al vóór hen bewandeld hebben. Het belang van deze mensen blijkt uit volgende citaten: "Veel vrienden studeren aan deze universiteit", "Mijn broer en zus studeren aan deze universiteit", "Op aanraden van mijn leerkrachten uit het middelbaar studeer ik aan deze universiteit", "De meningen van anderen over deze universiteit", "De universiteit werd mij aanbevolen door kinesisten".

Enkele respondenten geven daarnaast aan te kiezen voor KU Leuven omdat Leuven gezien wordt als de studentenstad van België. Zij laten zich dus eerder leiden door het studentenleven dan door de educatieve mogelijkheden: "Het studentenleven, Leuven is de beste studentenstad van België", "Het studentenleven waar Leuven voor bekend staat". Daarnaast zijn er ook jongeren die de reputatie van een universiteit belangrijk vinden. Een onderwijsinstelling als KU Leuven heeft een hogere naamsbekendheid en reputatie dan een universiteit zoals UHasselt en Vrije Universiteit Brussel. KU Leuven is tenslotte de hoogst gerangschikte universiteit van België. Enkele respondenten vonden dit een zeer belangrijke reden om voor deze universiteit te kiezen: "De reputatie dat KU Leuven een goede universiteit is", "KU Leuven is de hoogst gerangschikte universiteit van België".

Sommige van de ondervraagden geven aan dat ze niet willen of kunnen kiezen voor Universiteit Hasselt omdat hun beoogde studierichting niet beschikbaar is. Studierichtingen zoals Burgerlijk Ingenieur, Taal en Letterkunde en Psychologie zijn niet voorhanden op UHasselt waardoor deze studenten verplicht zijn om voor een andere universiteit te kiezen. "De opleiding die ik wil volgen is niet beschikbaar in Hasselt", "De universiteit biedt de studierichting aan die ik graag wil volgen", "De opleiding Burgerlijk Ingenieur is niet beschikbaar op UHasselt".

Studenten die gekozen hebben om aan Universiteit Hasselt te studeren, hebben hier enkele belangrijke redenen voor. Ten eerste vinden ze dat ze tijdens infodagen een goed gevoel kregen bij de universiteit. Ze kregen het gevoel dat ze echt geholpen wilden worden door de mensen die deze onderwijsinstelling vertegenwoordigden tijdens deze infodagen. Bij andere universiteiten kregen ze meteen het idee dat ze meer aan hun lot overgelaten en als een nummer behandeld werden. Dit zorgde voor een afschrikkingseffect bij sommigen onder hen. Volgende quotes uit de persoonlijke interviews bewijzen dit: "De infodagen hebben mij overtuigd om voor deze studie en universiteit te kiezen", "Tijdens infodagen kreeg ik bij Universiteit Hasselt meer het gevoel dat ze mij wilden helpen dan bij Katholieke Universiteit Leuven", "Ik kreeg een goed gevoel bij de eerste kennismaking tijdens infodagen".

Ten tweede vinden sommige studenten het een voordeel dat Universiteit Hasselt kleiner is en daardoor warmer en huiselijker aanvoelt dan andere universiteiten. UHasselt staat ervoor bekend dat studenten een goede begeleiding krijgen en dat vinden sommigen een voordeel ten opzichte van andere universitaire onderwijsinstellingen: "Het is een kleinere universiteit en meer begeleidend", "Goede begeleiding omdat de groepen kleiner zijn dan bij andere universiteiten", "Goede begeleiding, terwijl je bij andere universiteiten meer aan uw lot wordt overgelaten". Dit gegeven werd nog niet eerder besproken in deze literatuurstudie. Aangezien toch een aanzienlijk deel van de respondenten begeleiding een belangrijke variabele vond, wordt deze factor ook opgenomen in dit onderzoek.

Ten slotte speelt ook het examensysteem dat gehanteerd wordt door de universiteit een belangrijke rol voor sommige studenten. De meeste universiteiten werken met een semestersysteem met twee examenperiodes, in januari en juni. Bij Universiteit Hasselt geldt voor sommige studierichtingen een zes-, acht- of tienwekensysteem. Sommige studenten zien dit als een voordeel omdat ze zo meer verplicht worden om de leerstof goed bij te houden en de hoeveelheid examenstof daarnaast minder groot is. Volgende quotes bevestigen dat het examensysteem dat Universiteit Hasselt hanteert een belangrijke invloed kan hebben op de keuze van toekomstige studenten: "Omdat je om de zes weken examen hebt, waardoor de hoeveelheden kleiner zijn", "Examensysteem lijkt mij interessanter dan dat op KU Leuven en andere universiteiten".

## **4.2 Kwantitatief onderzoek**

In de literatuurstudie werd onderzocht welke factoren een invloed kunnen hebben op de universiteitskeuze van studenten. Om te achterhalen of er nog belangrijke factoren over het hoofd gezien werden, werd een kwalitatief onderzoek uitgevoerd. Hiernaast geeft dit kwalitatief onderzoek aan welke factoren als eerste naar boven komen bij de respondenten en dus belangrijk voor hen zijn. De volgende stap is om alle hypothesen uit de literatuurstudie te testen. Zo komen we te weten welke factoren een significante rol spelen bij de keuze van toekomstige studenten voor de UHasselt en waarop deze universiteit bijgevolg moet inspelen om in de toekomst meer studenten aan te trekken. In deze empirische studie zal daarom een antwoord op de tweede deelvraag gegeven worden: 'Op welke factoren moet de UHasselt zichzelf verbeteren om meer Limburgse studenten aan te trekken en wat is de relatieve impact van deze factoren?'

### 4.2.1 Methodologie

Om dit te ontdekken werd een vragenlijst opgesteld om te onderzoeken hoe de UHasselt scoort op de verschillende factoren die in de literatuurstudie opgesteld werden. Enerzijds werd deze vragenlijst online afgenomen bij studenten uit het zesde middelbaar Algemeen Secundair Onderwijs uit verschillende scholen in Limburg. Er werd voor leerlingen uit het 6<sup>de</sup> middelbaar ASO gekozen aangezien zij volop bezig zijn met hun studiekeuze voor volgend academiejaar en dus ook met hun universiteitskeuze. Bovendien zullen de meeste ASO studenten opteren om aan een universiteit te studeren, terwijl studenten uit andere richtingen meestal voor een hogeschool kiezen. Deze ASO studenten zitten meestal nog in de fase waarin ze voor zichzelf uitmaken wat voor hen belangrijke eigenschappen zijn die een universiteit moet bezitten. Ze zitten met andere woorden in de tweede fase (zoekfase) van het driefasig keuzemodel van Obermeit (2012).

Anderzijds werden tijdens de infodag van Universiteit Hasselt op 27 april 2019 studenten uit het 6<sup>de</sup> middelbaar aangesproken om deel te nemen aan dit onderzoek. Het voordeel hiervan was dat al deze studenten volop bezig waren met hun keuze voor een bepaalde universiteit. Aangezien deze leerlingen op de infodag aanwezig waren, betekent dit dat zij al vrij zeker waren dat ze volgend jaar zullen verder studeren, maar nog niet weten aan welke instelling. Deze groep respondenten zit met andere woorden al in de derde fase van het driefasig keuzemodel van Obermeit (2012), namelijk de keuzefase. Omdat niet alle respondenten van dit onderzoek in dezelfde fase van dit keuzemodel zitten, zal hiermee rekening gehouden worden bij de analyses van de resultaten. Naast de resultaten van de volledige steekproef, werden de resultaten van de respondenten die bereikt werden tijdens de infodag op de UHasselt apart geanalyseerd. Op die manier kan achterhaald worden of er verschillen zijn tussen leerlingen in de zoekfase en respondenten die al in de keuzefase zitten.

Om deze vragenlijst op te stellen, werd gebruik gemaakt van een online softwarepakket, 'Qualtrics'. Met behulp van een link kan deze vragenlijst verspreid worden via e-mail, sociale media en persoonlijke berichten. Deze vragenlijst kon niet via mail gestuurd worden naar studenten van de UHasselt omdat zij niet tot de doelgroep behoren. Daarom moest er zelf op zoek gegaan worden naar studenten die volop bezig zijn met het maken van een studie- en universiteitskeuze. Enerzijds werd dit gedaan door persoonlijke berichten te sturen naar mensen uit het zesde middelbaar ASO. Anderzijds werden mensen die veel met studenten uit het middelbaar in contact komen benaderd. Aan hen werd gevraagd om de enquête naar potentiële universiteitsstudenten te versturen.

Op deze manier was de respons (39 respondenten) op de vragenlijst echter beperkt. Daarom werd er beslist om de online vragenlijst te laten invullen door bezoekers op de infodag van de Universiteit Hasselt op 27 april 2019. Tijdens deze infodag werden potentiële universiteitsstudenten aangesproken, waarna kort het doel van dit onderzoek aan hen werd meegedeeld. Vervolgens werden ze uitgenodigd om deel te nemen aan de vragenlijst. Op deze manier hebben 125 potentiële universiteitsstudenten tijd gemaakt om de enquête in te vullen. Het voordeel hiervan was dat alle studenten op deze infodag interesse hadden om voor de UHasselt te kiezen. Daarom was hun mening over deze universiteit van zeer groot belang. Op onderstaande afbeeldingen ziet u twee voorbeelden van studenten die de enquête invulden tijdens de infodag.



#### 4.2.2 Opbouw van de vragenlijst

Zoals eerder vermeld werd de enquête opgesteld met behulp van Qualtrics. Het voordeel aan Qualtrics is dat de verkregen data meteen op het internet wordt opgeslagen. Het is dus niet nodig om de antwoorden één voor één in te geven zoals bij papieren vragenlijsten. Daarbij komt nog dat de respondent verplicht is een antwoord te geven op elke vraag alvorens hij verder kan gaan. Dit zorgt ervoor dat ontbrekende gegevens in de data geminimaliseerd worden. Naast het feit dat Qualtrics zeer gebruiksvriendelijk is om vragenlijsten op te stellen, is het voor respondenten ook vrij eenvoudig om ze in te vullen.

Zoals u in de literatuurstudie kan zien, werden meerdere papers gebruikt om de factoren te bepalen die een invloed hebben op de universiteitskeuze van studenten. Op basis van deze bevindingen werden stellingen geformuleerd die meten hoe de UHasselt scoort op elk van deze factoren. Voordat er gemeten werd hoe de UHasselt scoort op de factoren, kregen de respondenten eerst enkele inleidende vragen voorgeschoteld betreffende hun plannen voor volgend schooljaar. Om zeker te zijn dat alle antwoorden bruikbaar zijn, werd als eerste gevraagd of de studenten van plan waren om volgend jaar aan een universiteit te studeren. Als dit niet het geval was, werden ze automatisch naar het einde van de vragenlijst geleid. Hun antwoorden zouden namelijk niet relevant zijn aangezien ze geen interesse hebben om aan een universiteit te studeren.

Indien een student wel van plan was om volgend jaar aan een universiteit te studeren, werd gevraagd tussen welke universiteiten deze keuze zou gaan. De student kreeg hier de keuze tussen de vijf Vlaamse universiteiten: Universiteit Antwerpen, Universiteit Gent, Katholieke Universiteit Leuven, Universiteit Hasselt en Vrije Universiteit Brussel. Bij deze vraag kon men meerdere universiteiten aanduiden. Indien een student de Universiteit Hasselt niet bij de opties had geplaatst, kreeg hij een open vraag om te verantwoorden waarom deze universiteit niet bij zijn keuzemogelijkheden zat. Als universiteit Hasselt wel als een mogelijkheid gezien werd om volgend academiejaar te studeren, mocht deze student op een *slider* aangeven hoe groot de kans is dat de UHasselt zijn uiteindelijke keuze zou worden. Na het voltooien van deze vraag, werd overgegaan naar de stellingen die toetsen hoe goed UHasselt scoort op elk van de attributen. Met deze stellingen werden alle constructen uit

het conceptueel model ondervraagd. Alle items moesten door de respondenten beoordeeld worden op een zeven punt Likert schaal met als uitersten 'helemaal niet akkoord' en 'helemaal akkoord'.

Na het beoordelen van de stellingen, werden op het einde nog enkele demografische vragen gesteld. Ten eerste werd naar de huidige studierichting gevraagd. Hiervoor kon gekozen worden uit alle ASO richtingen, aangezien enkel studenten uit het zesde middelbaar ASO tot de doelgroep behoren. Indien een respondent een andere studierichting volgde, kon dit ook aangeduid worden via de open antwoordoptie 'andere'. Om de enquête af te sluiten werd ten slotte nog gevraagd naar het geslacht en de leeftijd van de studenten. In tabel 7 kan u de stellingen terugvinden waarmee in de vragenlijst getoetst werd in welke mate Universiteit Hasselt scoort op de verschillende factoren die een invloed hebben op de universiteitskeuze van studenten. De vragenlijst zelf vindt u terug in bijlage 2.

Voor de opbouw van deze vragenlijst kon amper gefocust worden op bestaande literatuur. Dit is te wijten aan het feit dat er in het verleden nog maar weinig kwantitatief onderzoek gevoerd werd omtrent dit onderwerp. Bijgevolg kon er voor de enquête niet gebaseerd worden op gevalideerde schalen. Voor het formuleren van stellingen voor de vragenlijst kon met slechts twee eerder gevoerde onderzoeken rekening gehouden worden. Enerzijds werd inspiratie gehaald uit het onderzoek van Parslow (2014). Dit onderzoek bestudeerde de factoren die een invloed hebben op de universiteitskeuze van Koreaanse studenten in het buitenland. Ook in het onderzoek van Parslow (2014) werd een kwantitatief onderzoek gevoerd om te achterhalen welke factoren de universiteitskeuze van studenten bepalen. (Parslow, 2014). Anderzijds werd er gekeken naar Pinar et al. (2013). In dit onderzoek werd onderzocht welke factoren door huidige universiteitsstudenten gezien worden als belangrijk en welke determinanten van minder belang zijn (Pinar et al., 2014).

<b>Factor die invloed heeft op universiteitskeuze</b>	<b>Items</b>
<b>Advies van derden</b>	ADV1: Mijn ouders, broers, zussen en andere familieleden raden mij aan om te studeren aan UHasselt.
	ADV2: Mijn vrienden en kennissen raden mij aan om te studeren aan UHasselt.
	ADV3: Oud-studenten raden mij aan om te studeren aan UHasselt.
	ADV4: Mijn leerkrachten uit het middelbaar raden mij aan om te studeren aan UHasselt.
<b>Uitstraling en faciliteiten</b>	UIT1: De campus van de UHasselt geeft mij een aangenaam gevoel.
	UIT2: De UHasselt beschikt over voldoende faciliteiten zoals een bibliotheek, eetzaal, restaurant, koten, sportcentra, medische centra...
	UIT3: De campus van de UHasselt is veilig.
	UIT4: De campus van de UHasselt is modern ingericht.
	UIT5: De campus van de UHasselt groot genoeg.

<b>Reputatie</b>	REP1: De UHasselt heeft naamsbekendheid.
	REP2: De UHasselt heeft linken met de industrie.
	REP3: De UHasselt heeft goede relaties met andere internationale universiteiten.
	REP4: De UHasselt heeft een goede academische reputatie.
<b>Locatie</b>	LOC1: De UHasselt ligt voldoende dicht bij mijn thuis.
	LOC2: De UHasselt ligt voldoende dicht bij het centrum van een grote stad.
	LOC3: De UHasselt is goed bereikbaar met de auto.
	LOC4: De UHasselt is goed bereikbaar met het openbaar vervoer.
<b>Studieaanbod</b>	STU1: De UHasselt biedt interessante studierichtingen aan.
	STU2: De UHasselt biedt interessante majors aan.
	STU3: De specifieke opleidingsonderdelen/vakken die de UHasselt aanbiedt spreken mij aan.
	STU4: Ik vind het een voordeel dat de UHasselt de mogelijkheid op stages aanbiedt.
<b>Onderwijssysteem</b>	SYS1: Het lessenrooster van de UHasselt spreekt mij aan.
	SYS2: Het examensysteem van de UHasselt spreekt mij aan.
	SYS3: Het feit dat de lessen op de UHasselt in kleinere groepen gegeven worden, spreekt mij aan.
	SYS4: Studenten worden goed begeleid door de UHasselt.
<b>Kosten</b>	KOS1: De totale studiekosten (inschrijving, cursussen, studentenkot, transport, eten en drinken) zijn duidelijk op de UHasselt.
	KOS2: De totale studiekosten bij de UHasselt (inschrijving, cursussen, studentenkot, transport, eten en drinken) zijn vergelijkbaar met andere universiteiten.
<b>Buitenschoolse activiteiten</b>	ACT1: Het sociale leven op en naast de UHasselt spreekt mij aan.
	ACT2: De uitgaansmogelijkheden als je studeert aan de UHasselt spreken mij aan.
	ACT3: De studentenverenigingen op de UHasselt spreken mij aan.
	ACT4: De sportclubs op de UHasselt spreken mij aan.
	ACT5: De ontspanningsmogelijkheden op de UHasselt spreken mij aan.

*Tabel 7: Opbouw vragenlijst universiteitskeuze van studenten*

Na de kaap van 150 studenten bereikt te hebben, was de verwerking van de resultaten de volgende stap. Voor de dataverwerking zal in dit onderzoek gebruik gemaakt worden van PLS-SEM. Het doel van PLS-SEM en de bekomen resultaten zullen verder in deze empirische studie uitgebreid besproken



worden. Ten slotte zullen op basis van deze resultaten aanbevelingen geformuleerd worden aan Universiteit Hasselt om in de toekomst meer studenten aan te trekken.

### 4.2.3 Analyse van de resultaten

Bij 164 geldige responses werd deze vragenlijst afgesloten. Zoals u eerder kon lezen, werden de respondenten voor dit onderzoek vooral bereikt tijdens de infodag van Universiteit Hasselt op 27 april 2019. Het is belangrijk om als universiteit te weten op welke factoren ze moet inspelen om potentiële studenten te kunnen overtuigen. Aangezien de respondenten die gevonden werden op de infodag van Universiteit Hasselt in een andere fase (keuzefase) zitten dan de andere geënquêteerden (zoekfase) werden, naast voor de volledige steekproef, ook aparte analyses gevoerd op de resultaten van de respondenten die bereikt werden op de infodag.

Alle vragenlijsten waren volledig ingevuld, wat wil zeggen dat er geen *missing values* waren. Voordat er effectief met de analyses begonnen kon worden, moest de dataset eerst vanuit Qualtrics geconverteerd worden. Eerst werd de data overgezet naar SPSS. Hier werden enkele variabelen zoals de taal, locatie en respondentidentiteit verwijderd. Daarnaast werden in SPSS de beschrijvende analyses uitgevoerd. Deze zullen later in deze empirische studie besproken worden. Vervolgens kon de data geëxporteerd worden naar Excel, dit is noodzakelijk om later in dit onderzoek de analyses uit te voeren in SmartPLS 3.

De volgende stap in dit analyseproces is de evaluatie van het meetmodel, ook wel *outer model* genoemd. Met deze analyse wordt nagegaan hoe goed de constructen (factoren) gemeten worden door de items in de vragenlijst. Voordat het meetmodel geëvalueerd kan worden, is het belangrijk om eerst te weten of dit model reflectief of formatief is. Vervolgens zal de unidimensionaliteit, betrouwbaarheid en validiteit van de verschillende constructen nagegaan worden. In de volgende fase zal het structureel model, ook wel *inner model* genoemd, geanalyseerd worden. Dit model geeft de relaties tussen de constructen onderling weer. Bij de analyse van het *inner model* wordt met andere woorden nagegaan welke factoren een significante invloed hebben op de intentie van toekomstige studenten om voor de UHasselt te kiezen (F. Hair Jr, Sarstedt, Hopkins, & G. Kuppelwieser, 2014).

Om de relaties te testen, zal gebruik gemaakt worden van de PLS-SEM methode in SmartPLS 3. Dit is een multivariate techniek die je in staat stelt om simultaan een set van onderling gerelateerde afhankelijkheidsrelaties te onderzoeken tussen gemeten variabelen en latente constructen alsook tussen verschillende latente constructen. Met PLS-SEM kunnen meetmodellen geschat worden die zowel reflectieve als formatieve constructen bevatten. Daarnaast kunnen het inner en outer model simultaan geschat worden en wordt er niet van een normale verdeling van de data uitgegaan (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2014).

In SmartPLS 3 wordt er voor de PLS-SEM methode gebruik gemaakt van *bootstrapping*. Dit is een non-parametrische *resampling* procedure die de variabiliteit van een statistiek beoordeelt door de variabiliteit van de steekproefgegevens te onderzoeken. Concreet worden er J aantal steekproeven gecreëerd om op die manier J aantal schattingen te maken voor elke parameter in het model

(Streukens & Leroi-Werelds, 2016). Hoe meer *bootstrap samples*, hoe beter. Daarom zal er in dit onderzoek gekozen worden voor  $J = 5\ 000$ . Verder wordt er in Streukens & Leroi-Werelds (2016) aangeraden om de statistische significantie van de items en constructen te testen aan de hand van de *bias-corrected accelerated bootstrap confidence intervals* aangezien er op die manier rekening gehouden wordt met de vorm van de verdeling (Streukens & Leroi-Werelds, 2016).

In de volgende onderdelen zal er eerst gestart worden met de beschrijvende analyses. Vervolgens zal overgegaan worden tot de analyse van het meetmodel en het structureel model.

#### **4.2.3.1 Beschrijvende analyses steekproef**

De volledige dataset bestaat uit 164 respondenten. 153 studenten gaven aan dat ze ervoor kiezen om volgend jaar aan een universiteit te studeren. De resterende elf studenten waren niet van plan om volgend jaar verder te studeren aan een universiteit. Zoals eerder vermeld in dit onderzoek, werden deze studenten bij het invullen van de vragenlijst meteen naar het einde verwezen omdat hun input niet bruikbaar zou zijn. Bijgevolg zal er verder gewerkt worden met de data van de 153 respondenten die wel aan een universiteit willen studeren.

57,5% van de respondenten waren mannen en 42,5% vrouwen. De gemiddelde leeftijd van de respondenten was 18 jaar. De meeste studenten in dit onderzoek zitten in hun laatste jaar in het middelbaar en zijn in de meeste gevallen 17 of 18 jaar. Hiernaast bevat de steekproef ook enkele studenten die ouder zijn dan 18 jaar (14 respondenten). Enerzijds waren dit studenten die op een latere leeftijd afstuderen in het zesde middelbaar ASO. Anderzijds ging het over studenten die momenteel reeds studeren aan een bepaalde universiteit of hogeschool. Deze respondenten hadden interesse in een schakelprogramma of nieuwe opleiding en waren daarom aanwezig op de infodag van Universiteit Hasselt.

De meeste respondenten zaten in een ASO richting in het zesde middelbaar. Toch waren er ook enkele studenten die een andere richting volgen in het middelbaar of reeds een opleiding op een hogeschool of universiteit gevolgd hadden. Deze studenten waren in dat geval op zoek naar een schakelprogramma of nieuwe opleiding aan een universiteit. Aangezien ook deze respondenten een keuze voor een bepaalde universiteit moeten maken, werden zij ook opgenomen in dit onderzoek.

Uit de resultaten blijkt dat de meest voorkomende ASO studierichting Wetenschappen Wiskunde is, met bijna 25%. Verder komen Economie Wiskunde, Economie Moderne talen, Humane wetenschappen en Sportwetenschappen het meeste naar voor in dit onderzoek. Zeven studenten volgen momenteel een bacheloropleiding aan een universiteit of hogeschool, maar zijn toch op zoek naar een universiteit om volgend academiejaar te studeren. 9% van de respondenten hebben hun studierichting niet ingevuld. In tabel 8 kan u een overzicht terugvinden van alle studierichtingen die de studenten in dit onderzoek momenteel volgen.

<b>Huidige studierichting</b>	<b>Frequentie</b>	<b>Percentage</b>
Latijn Wiskunde	5	3,3%
Latijn Moderne talen	1	0,7%
Latijn Wetenschappen	7	4,6%
Economie Wiskunde	11	7,2%
Economie Moderne talen	11	7,2%
Economie Wetenschappen	5	3,3%
Grieks Latijn	1	0,7%
Grieks Wiskunde	1	0,7%
Humane Wetenschappen	12	7,8%
Wetenschappen Wiskunde	38	24,4%
Biotechnische Wetenschappen	5	3,3%
Boekhouden Informatica	1	0,7%
Communicatie	1	0,7%
Economie en maatschappij	1	0,7%
Elektronica ICT	1	0,7%
Handel	1	0,7%
Industriële Wetenschappen	4	2,6%
Informatica	2	1,3%
IT en Netwerken	1	0,7%
Lichamelijke opvoeding Sport	1	0,7%
Wetenschappen Moderne talen	3	2,0%
Ondernemen en Marketing	1	0,7%
Sportwetenschappen	8	5,2%
Sociaal Technische Wetenschappen	3	2,0%
Wetenschappen Techniek	7	4,6%
Bachelor Internationaal Ondernemen	1	0,7%
Bachelor Marketing	1	0,7%
Bachelor Elektronica	1	0,7%
Bachelor Rechtspraak	2	1,3%
Bachelor Verpleegkunde	1	0,7%
Bachelor Mobiliteitswetenschappen	1	0,7%
Niet ingevuld	14	9,2%
<b>TOTAAL</b>	<b>153</b>	<b>100%</b>

*Tabel 8: Overzicht van de huidige studierichtingen van de respondenten*

Nadat aan respondenten gevraagd werd of ze volgend academiejaar wel of niet aan een universiteit zouden studeren, werd nagegaan tussen welke universiteiten ze nog twijfelden. Hier had men de mogelijkheid om meerdere universiteiten aan te duiden. 139 van de 153 studenten (bijna 91%) gaf aan dat de Universiteit Hasselt tussen de mogelijkheden zat waar ze volgend jaar zouden willen studeren. Dit hoge aantal is echter te wijten aan het feit dat de vragenlijst voor dit onderzoek vooral werd afgenomen bij studenten die aanwezig waren op de infodag van Universiteit Hasselt. Bijgevolg

hadden deze studenten al een zekere interesse in deze universiteit waardoor het logisch is dat de UHasselt tussen hun mogelijkheden zit.

Hiernaast valt het op dat er ook veel studenten zijn (bijna 59%) die de Katholieke Universiteit Leuven als mogelijkheid zien om te studeren. Verder zijn er nog een beperkt aantal studenten die Universiteit Antwerpen, Universiteit Gent of Vrije Universiteit Brussel als mogelijkheden opgeven. Ten slotte gaf 12% van de respondenten aan nog te twijfelen om te kiezen voor een andere universiteit dan de in dit onderzoek vermelde universitaire instellingen. Dit laatste antwoord werd ook aangeduid door studenten die nog niet heel zeker waren of ze voor een universiteit zouden kiezen. Ze duiden daarom 'andere universiteit' aan omdat hun uiteindelijke keuze misschien naar een hogeschool zou gaan. Verder waren er ook enkele studenten die mogelijk aan een universiteit in het buitenland wilden studeren. In tabel 9 vindt u een overzicht van de universiteiten waartussen toekomstige studenten twijfelen om volgend academiejaar te studeren.

<b>Universiteit</b>	<b>Frequentie</b>	<b>Percentage</b>
Katholieke Universiteit Leuven	87	58,87%
Universiteit Antwerpen	19	12,42%
Universiteit Gent	16	10,46%
Universiteit Hasselt	139	90,85%
Vrije Universiteit Brussel	17	11,11%
Andere universiteit	18	11,76%

*Tabel 9: Overzicht van universiteiten waartussen studenten twijfelen*

Indien een student de Universiteit Hasselt niet als mogelijkheid had aangeduid, werd gevraagd waarom deze universiteit niet tussen de mogelijkheden zat. 14 studenten gaven aan dat ze zeker niet aan deze universiteit wilden studeren. De meest voorkomende reden hiervoor was dat Universiteit Hasselt niet de opleiding aanbiedt die de student wil volgen. Er waren bijvoorbeeld studenten die Burgerlijk Ingenieur of Diergeneeskunde wilden studeren, opleidingen die niet op de UHasselt beschikbaar zijn. Hiernaast werd aangegeven door enkele studenten dat er te weinig studentenleven is als je aan deze universiteit studeert of dat de afstand van huis te ver is om te pendelen en ze daarnaast liever op kot gaan in Leuven.

139 respondenten zagen de UHasselt wel als mogelijkheid om volgend academiejaar te studeren. Zij moesten aangegeven hoe zeker ze waren dat hun uiteindelijke keuze naar deze universiteit zou gaan. Gemiddeld werd aangegeven dat de studenten voor 73% zeker waren dat hun uiteindelijke keuze naar Universiteit Hasselt zou gaan. 15% van de respondenten gaf aan dat de kans om voor UHasselt te kiezen kleiner dan 50% is. 40% was nagenoeg zeker dat ze volgend jaar aan deze universiteit hun opleiding zullen starten. In tabel 10 wordt hier een overzicht van gegeven voor de totale steekproef, in tabel 11 enkel voor de respondenten die bereikt werden op de infodag van Universiteit Hasselt.

<b>Mate van zekerheid om voor Universiteit Hasselt te kiezen</b>	<b>Aantal</b>	<b>Percentage</b>
< 30%	4	3%
≥ 30% en < 50%	17	12%
≥ 50% en < 70%	26	19%
≥ 70% en < 85%	36	26%
≥ 85%	56	40%
<b>TOTAAL</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Tabel 10: Hoe zeker zijn de respondenten dat hun uiteindelijke keuze naar de UHasselt gaat? (totale steekproef)

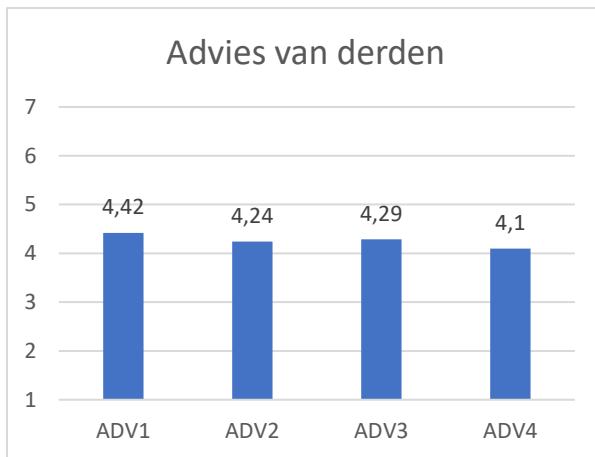
<b>Mate van zekerheid om voor Universiteit Hasselt te kiezen</b>	<b>Aantal</b>	<b>Percentage</b>
< 30%	3	2%
≥ 30% en < 50%	14	11%
≥ 50% en < 70%	23	19%
≥ 70% en < 85%	32	26%
≥ 85%	53	42%
<b>TOTAAL</b>	<b>125</b>	<b>100%</b>

Tabel 11: Hoe zeker zijn de respondenten van de infodag dat hun uiteindelijke keuze naar de UHasselt gaat?

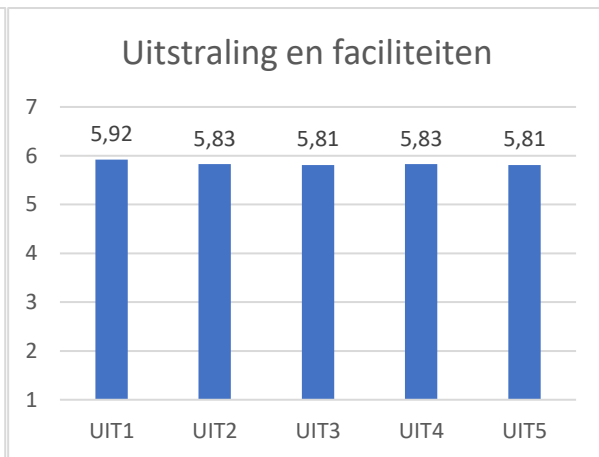
Uit tabel 11 blijkt dat 42% van de respondenten die bereikt werden op de infodag van Universiteit Hasselt nagenoeg zeker was dat ze volgend academiejaar aan de UHasselt studeren. 26% van de geënquêteerden was vrij zeker dat hun uiteindelijke keuze naar deze universiteit gaat. 13% gaf aan dat de kans om voor Universiteit Hasselt te kiezen kleiner dan 50% is.

#### **4.2.3.2 Beschrijvende analyses variabelen**

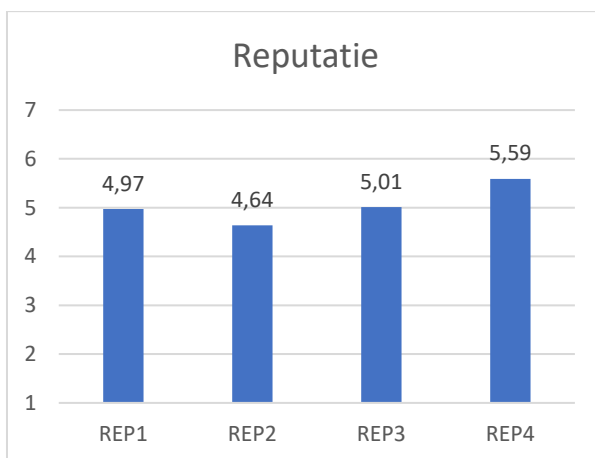
Om een eerste beeld te krijgen van de respons op de stellingen die betrekking hebben op hoe Universiteit Hasselt scoort op de verschillende factoren, werd in SPSS het gemiddelde bepaald voor de verschillende items per factor. Hieruit blijkt dat de UHasselt over het algemeen goed scoort op de meeste items. Enkel op de factor advies van derden wordt, met per item een gemiddelde score van telkens lager dan vier en een half, iets minder goed gescoord. In onderstaande grafieken worden alle gemiddelde scores weergegeven. De betekenis van de afkortingen die gebruikt worden voor ieder item vindt u terug in tabel 7.



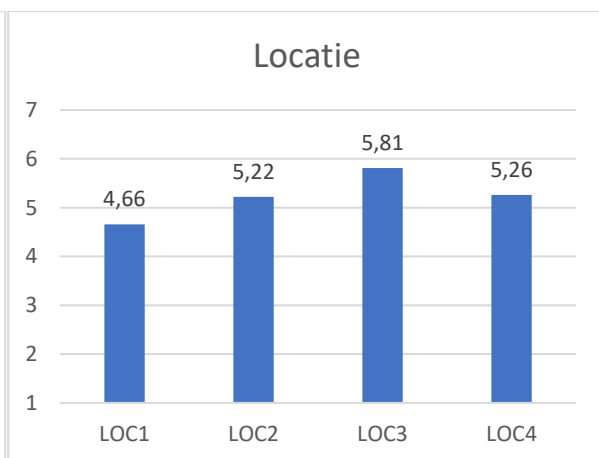
*Figuur 2: Gemiddelde items advies van derden*



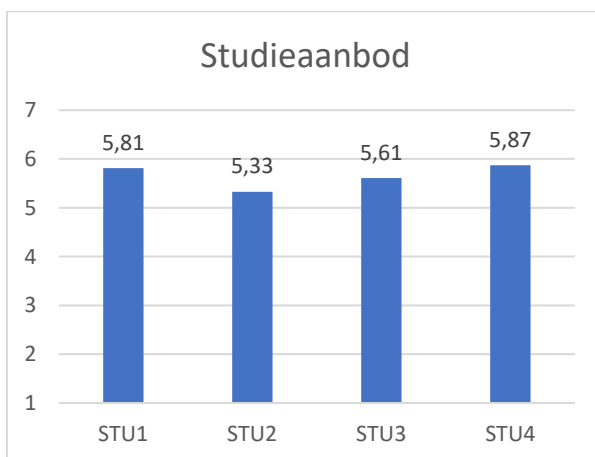
*Figuur 3: Gemiddelde items uitstraling en faciliteiten*



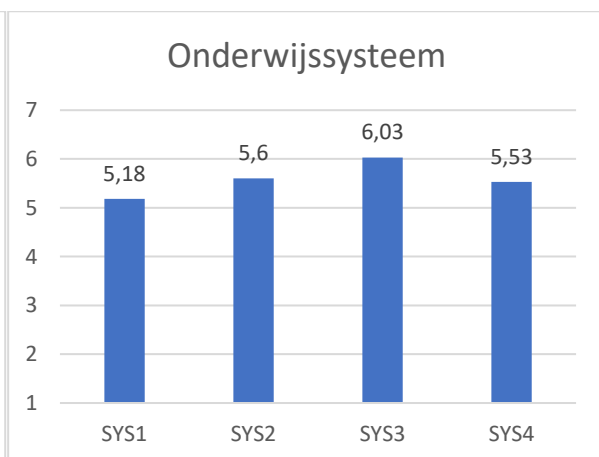
*Figuur 4: Gemiddelde items reputatie*



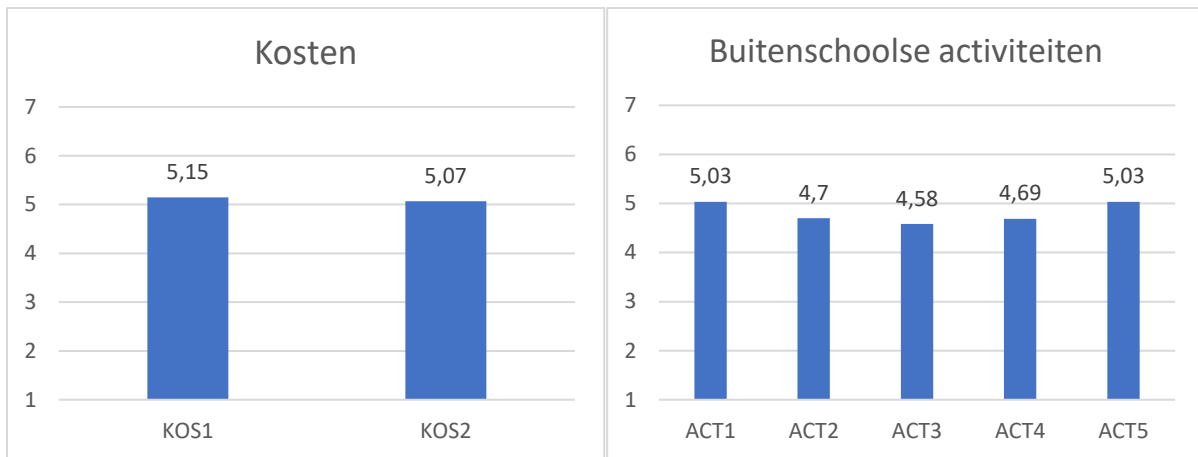
*Figuur 5: Gemiddelde items locatie*



*Figuur 6: Gemiddelde items studieaanbod*



*Figuur 7: Gemiddelde items onderwijssysteem*



Figuur 8: Gemiddelde items kosten

Figuur 9: Gemiddelde items buitenschoolse activiteiten

#### 4.2.3.2.1 Verschillenanalyse

Voor de dataverzameling voor dit onderzoek werden twee verschillende groepen respondenten bereikt. Enerzijds werden respondenten uit het zesde middelbaar ASO bereikt door hen persoonlijk te contacteren, anderzijds werden ook respondenten gevonden op de infodag van Universiteit Hasselt op 27 april 2019. Omdat beide groepen in een andere fase zitten in het universiteitskeuzeproces van Obermeit (2012), wordt in deze sectie onderzocht of er significante verschillen zijn tussen deze twee groepen. Aangezien de verschillen getest worden tussen twee groepen, die niet aan elkaar gerelateerd zijn, wordt deze verschillenanalyse gedaan aan de hand van een *independent samples t-test* (Hair et al., 2014).

In tabel 12 vindt u het overzicht van deze verschillenanalyse die werd uitgevoerd in SPSS. Eerst werd aan de hand van de *Levene's test* duidelijk of de varianties van beide groepen gelijk zijn. Dit is het geval bij de meeste items, enkel voor STU1, STU2, STU3 en SYS3 zijn de varianties tussen beide groepen verschillend aangezien de p-waarde van deze items kleiner dan 0,05 is. Wanneer de varianties tussen beide groepen verschillend zijn, moet er voor de t-test analyse voor de gelijkheid van gemiddeldes gekeken worden naar de p-waarde van ongelijke varianties in plaats van de p-waarde van gelijke varianties. U vindt de resultaten van de *Levene's test* in bijlage 3. Vervolgens worden voor elk item de verschillen tussen de gemiddeldes nagegaan aan de hand van de p-waarde. Hieruit blijkt dat er voor redelijk wat items een significant verschil is tussen de scores die gegeven werden door de respondenten die persoonlijk gecontacteerd werden (groep 1) en de respondenten die bereikt werden op de infodag van de UHasselt (groep 2). De items waarvoor significante verschillen tussen beide groepen zijn, worden in de tabel aangeduid met een \* in de kolom van de p-waardes van de t-test.

Item	T-test for equality of means (p-waarde)	Gemiddelde score	
		Groep 1	Groep 2
ADV1	0,002*	3,57	4,62
ADV2	0,011*	3,64	4,38
ADV3	0,015*	3,64	4,44
ADV4	0,001*	3,29	4,29
UIT1	0,498	5,75	5,93
UIT2	0,250	5,50	5,86
UIT3	0,286	6,13	5,78
UIT4	0,592	6,00	5,82
UIT5	0,878	5,75	5,81
REP1	0,868	5,00	4,96
REP2	0,487	4,54	4,66
REP3	0,506	4,89	5,03
REP4	0,018*	5,21	5,68
LOC1	0,874	4,61	4,67
LOC2	0,733	5,14	5,23
LOC3	0,572	5,71	5,83
LOC4	0,731	5,18	5,28
STU1	0,002*	4,82	6,03
STU2	0,010*	4,57	5,50
STU3	0,000*	4,54	5,85
STU4	0,643	5,79	5,89
SYS1	0,000*	4,43	5,35
SYS2	0,005*	5,00	5,74
SYS3	0,001*	5,25	6,20
SYS4	0,009*	5,07	5,63
KOS1	0,060	4,82	5,22
KOS2	0,842	5,11	5,06
ACT1	0,095	4,68	5,11
ACT2	0,035*	4,21	4,81
ACT3	0,062	4,14	4,68
ACT4	0,028*	4,14	4,81
ACT5	0,002*	4,39	5,18

Tabel 12: Verschillenanalyse met independent samples t-test  
 (\*: significant verschil tussen beide groepen op 5% significantieniveau)

Vooral items van de factoren advies van derden, studietoeraanbod, onderwijssysteem en buitenschoolse activiteiten vertonen significantie verschillen tussen beide groepen. Dit betekent dat toekomstige studenten die reeds een zekere interesse hebben om aan de UHasselt te studeren, een positievere kijk hebben op deze items dan de respondenten die niet bereikt werden op de infodag. We kunnen hieruit concluderen dat het voor Universiteit Hasselt zeer belangrijk is om toekomstige studenten van de zoekfase naar de keuzefase te bewegen aangezien deze laatste groep een veel positiever



beeld heeft over de universiteit. In het verder verloop van dit onderzoek zal hiermee rekening gehouden worden door telkens, naast de analyse van de resultaten van de volledige steekproef, ook de resultaten van de respondenten die op de infodag bereikt werden te analyseren.

### 4.2.3.3 Analyse van het meetmodel

Na de beschrijving van de respondenten, is de analyse van het meetmodel de volgende stap. Er moet met andere woorden gecontroleerd worden hoe goed de constructen gemeten worden door de items. Pas wanneer dit onderzocht is, kan overgegaan worden tot de analyse van het structureel model. Zoals reeds eerder vermeld, bestaan er twee types constructen, namelijk reflectieve en formatieve. Beide soorten vergen immers andere analyses, daarom is het heel belangrijk om te weten welke meetmodellen formatief en welke reflectief zijn. Bij een formatief meetmodel wordt het construct veroorzaakt door de indicatoren, terwijl bij reflectieve relaties de causaliteit van het construct naar de items loopt (F. Hair Jr et al., 2014).

Bij een reflectief meetmodel leidt een verandering van een indicator niet tot een verandering van het construct, maar een verandering van het construct leidt wel tot een verandering van de indicator. Bij formatieve relaties is dit omgekeerd in beide gevallen. Met andere woorden bepalen de indicatoren de constructen bij formatieve relaties (F. Hair Jr et al., 2014). Wanneer we terugkijken naar het conceptueel model dat eerder in dit onderzoek werd opgesteld zien we dat de factoren (constructen) bepaald worden door de items (indicatoren), bijgevolg kunnen we hier spreken van formatieve constructen.

Om het meetmodel te analyseren moet er voor formatieve constructen enkel gecontroleerd worden of de constructen voldoende valide zijn. Om dit te testen zal daarom de itemvaliditeit en de discriminant validiteit nagegaan worden (Leroi-Werelds, Streukens, Brady, & Swinnen, 2014). Deze analyses zullen hieronder besproken worden.

#### 4.2.3.3.1 Itemvaliditeit

Om de itemvaliditeit bij formatieve constructen te testen, moet er gekeken worden naar de significantie van de *item weights*. Om dit te beoordelen wordt *bootstrapping* toegepast met  $J = 5000$ . Aan de hand van *bias-corrected accelerated bootstrap confidence intervals* zal nagegaan worden of de constructen voldoende vertegenwoordigd worden door de verschillende items (Leroi-Werelds et al., 2014). Dit is het geval wanneer de waarde nul niet in het betrouwbaarheidsinterval zit. Als nul er wel in zit, is er geen sprake van significantie. De validiteit wordt getest op 5% significantieniveau. In onderstaande tabel wordt voor elk item het betrouwbaarheidsinterval weergegeven.

Formatief construct	Item	Bias-corrected accelerated bootstrap confidence interval
Advies van derden	Advies familieleden	[-0,319 ; 0,559]
	Advies vrienden en kennissen	[0,204 ; 0,928]
	Advies oud-studenten	[-0,676 ; 0,225]
	Advies middelbaar schoolpersoneel	[0,190 ; 0,996]

Uitstraling en faciliteiten	Campusomgeving	[0,088 ; 1,102]
	Aanwezige faciliteiten	[0,071 ; 1,102]
	Veiligheid en beveiliging campus	[-0,436 ; 0,477]
	Inrichting (modern/ouderwets)	[-0,807 ; 0,290]
	Grootte universiteit	[-0,416 ; 0,708]
Reputatie	Bekendheid van de universiteit	[0,002 ; 0,715]
	Link met de industrie	[-0,447 ; 0,214]
	Relatie internationale universiteiten	[-0,463 ; 0,386]
	Academische reputatie	[0,589 ; 1,106]
Locatie	Afstand van thuis	[-0,953 ; 0,385]
	Afstand tot centrum grote stad	[0,360 ; 1,175]
	Bereikbaarheid auto	[-0,239 ; 1,066]
	Bereikbaarheid openbaar vervoer	[-0,838 ; 0,628]
Studieaanbod	Aangeboden studierichtingen	[-0,169 ; 0,786]
	Aangeboden majors	[-0,288 ; 0,510]
	Aangeboden opleidingsonderdelen	[0,107 ; 1,129]
	Aangeboden stages	[-0,215 ; 0,348]
Onderwijssysteem	Lessenroosters	[0,072 ; 0,592]
	Examensysteem	[0,068 ; 0,667]
	Grootte van de klasgroepen	[0,293 ; 0,777]
	Begeleiding	[-0,281 ; 0,233]
Kosten	Duidelijkheid studiekosten	[-0,233 ; 1,329]
	Vergelijkbaarheid studiekosten	[-1,068 ; 1,088]
Buitenschoolse activiteiten	Sociaal leven naast de universiteit	[-0,397 ; 0,980]
	Uitgaansmogelijkheden	[-0,739 ; 0,606]
	Studentenverenigingen	[-0,573 ; 0,401]
	Sportclubs	[-0,350 ; 0,577]
	Ontspanningsmogelijkheden	[0,178 ; 1,347]

Tabel 13: Betrouwbaarheidsintervallen item weights

Wanneer we de betrouwbaarheidsintervallen nagaan, merken we dat lang niet alle *item weights* significant zijn. Concreet wil dit zeggen dat de niet significante items niet gebruikt kunnen worden om de constructen te meten. Bijvoorbeeld voor het construct 'advies van derden' zijn enkel de items 'advies vrienden en kennissen' en 'advies van middelbaar schoolpersoneel' significant. De andere twee items worden niet gebruikt om dit construct te meten.

Het feit dat er niet significante items aanwezig zijn, wil niet zeggen dat we deze items uit dit onderzoek verwijderen. Om dit te beslissen, moet er enerzijds gekeken worden naar de *outer loadings*, anderzijds naar de multicollineariteit (Hair et al., 2014).

U vindt de *bias-corrected* betrouwbaarheidsintervallen van de *outer loadings* in bijlage 4. Deze geven aan dat niet alle item ladingen significantie vertonen. Voor het construct 'kosten', is het tweede item, 'vergelijkbaarheid studiekosten', niet significant. Met andere woorden vertegenwoordigt deze

indicator het construct 'kosten' niet voldoende. Wat betreft de locatie is enkel het tweede item, 'afstand tot het centrum van een grote stad' significant. Ook de constructen 'reputatie' en 'uitstraling en faciliteiten' bevatten enkele niet significante *items loadings*.

Wanneer we anderzijds de multicollineariteit van de items bestuderen, zien de resultaten er wel gunstiger uit. Indien twee of meer onafhankelijke variabelen sterk gecorreleerd zijn met elkaar is er sprake van multicollineariteit (Rahayu, Sugiarto, Madu, Holiawati, & Subagyo, 2017). Deze wordt getest aan de hand van VIF-waarden. Als we de VIF-waarden bekijken, merken we dat deze voor de meeste items lager zijn dan 2,5. De resterende items hebben een VIF-waarde lager dan 4. Enkel wanneer een VIF-waarde hoger dan 5 is, is er een sterke correlatie tussen de variabelen en is er dus multicollineariteit (Streukens, Leroi-Werelds, & Willems, 2017). Aangezien dit nergens het geval is, concluderen we dat er geen items verwijderd dienen te worden uit het model. In bijlage 5 worden deze VIF-waarden weergegeven.

#### 4.2.3.3.2 Discriminantvaliditeit

Naast de itemvaliditeit moet er ook getest worden of er voldoende verschil is tussen de constructen onderling. Dit wordt getest aan de hand van *discriminant validity*. Met andere woorden wordt de mate waarin een latent construct verschilt van de andere constructen nagegaan (Leroi-Werelds et al., 2014). Voor deze test worden betrouwbaarheidsintervallen opgesteld volgens volgende formule:

Betrouwbaarheidsinterval = latente variabele correlaties +/- (2 \* standaarddeviatie)

$$\text{Met standaarddeviatie} = s = \sqrt{\frac{1 - r^2}{n - 2}}$$

r = latente variabele correlatie coëfficiënt

n = steekproefgrootte

Indien de waarde |1| in het betrouwbaarheidsinterval zit, zijn de constructen perfect gecorreleerd en kunnen we niet spreken van discriminant validiteit. Als |1| er niet in zit, is de correlatie tussen de constructen laag genoeg. Bijgevolg kunnen we besluiten dat er voldoende variatie is tussen de constructen. Wanneer we deze formule toepassen bekomen we de betrouwbaarheidsintervallen in onderstaande tabel. Uit tabel 14 blijkt dat geen enkel betrouwbaarheidsinterval de waarde |1| bevat. Bijgevolg kunnen we besluiten dat de constructen voldoende van elkaar verschillen.

	ADV	UIT	REP	LOC	STU	SYS	KOS
UIT	[0,06;0,34]						
REP	[0,17;0,48]	[0,28;0,58]					
LOC	[0,00;0,32]	[0,15;0,46]	[0,33;0,62]				
STU	[0,13;0,44]	[0,21;0,51]	[0,37;0,65]	[0,17;0,48]			
SYS	[0,15;0,46]	[0,16;0,47]	[0,36;0,64]	[0,16;0,47]	[0,36;0,64]		
KOS	[0,01;0,32]	[-0,1;0,27]	[0,06;0,38]	[-0,1;0,23]	[0,02;0,34]	[0,06;0,37]	
ACT	[0,24;0,54]	[0,26;0,55]	[0,27;0,57]	[0,23;0,53]	[0,29;0,58]	[0,19;0,49]	[0,02;0,34]

Tabel 14: Betrouwbaarheidsintervallen discriminantvaliditeit

#### 4.2.3.4 Analyse van het structureel model

Na de controle van het meetmodel, is de analyse van het structureel model de volgende stap. In deze fase zullen de relaties tussen de latente constructen onderling getest worden. Concreet zal hier onderzocht worden in welke mate de factoren een invloed hebben op de intentie van toekomstige universiteitsstudenten om te kiezen voor de UHasselt. Enerzijds wordt de *overall model performance* geëvalueerd aan de hand van de *coëfficiënt of determination* ( $R^2$ ). Anderzijds zullen aan de hand van de *path coefficients* de mogelijke causale relaties tussen de constructen bepaald worden (Hair et al., 2014). Zoals reeds eerder aangehaald zullen deze causale relaties, naast voor de volledige steekproef, ook apart geanalyseerd worden voor de respondenten die tijdens de infodag bereikt werden. Op die manier kan nagegaan worden door welke factoren studenten, die zich bevinden in de keuzefase van het universiteitskeuzeproces van Obermeit (2012), zich bij hun universiteitskeuze laten beïnvloeden.

##### 4.2.3.4.1 $R^2$

De  $R^2$  is een maatstaf voor voorspelkracht die weergeeft in hoeverre de variantie van het endogene construct (afhankelijke variabele) bepaald wordt door de variantie van de exogene constructen (onafhankelijke variabelen). De waarde die hiervoor gegeven wordt, ligt altijd tussen 0 en 1. Hoe dichter de  $R^2$  bij 1 ligt, hoe hoger de voorspellende nauwkeurigheid van het model (Hair et al., 2014). De *adjusted* (aangepaste)  $R^2$  past zich aan aan het aantal variabelen dat opgenomen werd in de model, terwijl de  $R^2$  dit niet doet. Hierdoor is het aan te raden om te kijken naar de aangepaste  $R^2$  in plaats van de gewone  $R^2$ . De *adjusted*  $R^2$  voor ons model bedraagt 0,447. Volgens Hair et al. (2014) duidt een  $R^2$  waarde tussen 0,33 en 0,67 op een middelmatige verklaring van de variabiliteit in het model. Bovendien wijst deze coëfficiënt met een P-waarde van 0,000 op statistische significantie op 5% significantieniveau. We kunnen daarom besluiten dat het model voldoende voorspelkracht heeft.

##### 4.2.3.4.2 Padcoëfficiënten

Met *path coefficients* kunnen de verbanden tussen de constructen onderling weergegeven worden. Voor ons model betekent dit dat deze coëfficiënten aangeven welke factoren een invloed hebben op de intentie van toekomstige universiteitsstudenten om voor Universiteit Hasselt te kiezen. Daarnaast tonen ze ook aan hoe groot deze invloeden zijn. Padcoëfficiënten liggen altijd in een bereik van -1 en 1. Hoe dichter een coëfficiënt bij 1 ligt, hoe groter de positieve relatie. Negatieve coëfficiënten vertegenwoordigen een negatieve correlatie (Hair et al., 2014). Aan de hand van de *bias-corrected* betrouwbaarheidsintervallen wordt bepaald of een bepaalde factor een significante invloed heeft op de intentie van toekomstige universiteitsstudenten om voor Universiteit Hasselt te kiezen. Dit is enkel het geval indien de padcoëfficiënt significant is. Indien een betrouwbaarheidsinterval de waarde 0 bevat, betekent dit dat er op 5% significantieniveau geen significante relatie is tussen die factor en de uitkomstvariabele. Wanneer een padcoëfficiënt wel significant is op 5% significantieniveau, wordt er naar de grootte en het teken van de coëfficiënt gekeken. Aan de hand van de significanties zal bepaald worden welke hypothesen, die opgesteld werden in de literatuurstudie, ondersteund worden. Deze hypothesen worden getest voor de volledige steekproef en vervolgens nog eens apart voor de respondenten die bereikt werden tijdens de infodag op Universiteit Hasselt. Hieronder vindt u nog eens een overzicht van al deze hypothesen.

**Hypothese 1:** Aanbevelingen van derden zijn positief gerelateerd aan de keuze van toekomstige studenten voor de UHasselt.

**Hypothese 2:** De uitstraling is positief gerelateerd aan de keuze van toekomstige studenten voor de UHasselt.

**Hypothese 3:** De reputatie is positief gerelateerd aan de keuze van toekomstige studenten voor de UHasselt.

**Hypothese 4:** De locatie is positief gerelateerd aan de keuze van toekomstige studenten voor de UHasselt.

**Hypothese 5:** Het studietoeraanbod is positief gerelateerd aan de keuze van toekomstige studenten voor de UHasselt.

**Hypothese 6:** Het onderwijssysteem is positief gerelateerd aan de keuze van toekomstige studenten voor de UHasselt.

**Hypothese 7:** De studiekosten zijn positief gerelateerd aan de keuze van toekomstige studenten voor de UHasselt.

**Hypothese 8:** Buitenschoolse activiteiten zijn positief gerelateerd aan de keuze van toekomstige studenten voor de UHasselt.

#### 4.2.3.4.2.1 Volledige steekproef

In tabel 15 vindt u de padcoëfficiënten en betrouwbaarheidsintervallen van alle factoren die mogelijk een invloed hebben op de intentie van een toekomstige student om voor de UHasselt te kiezen. Deze coëfficiënten werden getest op 5% significantieniveau.

Factor	Padcoëfficiënt	P-waarden	Bias-corrected accelerated bootstrap confidence interval
Advies van derden	0,198***	0,001	[0,064 ; 0,310]
Uitstraling en faciliteiten	0,023	0,763	[-0,169 ; 0,146]
Reputatie	-0,004	0,962	[-0,156 ; 0,146]
Locatie	-0,057	0,496	[-0,286 ; 0,038]
Studietoeraanbod	0,367***	0,000	[0,213 ; 0,503]
Onderwijssysteem	0,324***	0,000	[0,197 ; 0,498]
Kosten	-0,093	0,244	[-0,268 ; 0,034]
Buitenschoolse activiteiten	0,054	0,473	[-0,097 ; 0,197]

Tabel 15: Padcoëfficiënten met betrouwbaarheidsintervallen

\* $p < 0,10$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$

Uit deze tabel kunnen we besluiten dat drie factoren een significante invloed hebben op de intentie van toekomstige universiteitsstudenten om voor Universiteit Hasselt te kiezen. Ten eerste heeft het advies van derden een effect op deze keuze. De waarde 0 zit niet in het betrouwbaarheidsinterval en deze factor heeft een P-waarde van 0,001 wat betekent dat de padcoëfficiënt significant is op 1% significantieniveau. Naast deze factor zijn het studietoeraanbod en het onderwijssysteem dat de universiteit hanteert ook bepalende factoren waar potentiële universiteitsstudenten rekening mee houden in hun keuzeprocess. De padcoëfficiënten van deze factoren zijn beide ook significant op 1% significantieniveau. Bij de andere vijf factoren ligt 0 telkens in het betrouwbaarheidsinterval. Bijgevolg nemen we aan dat deze factoren geen significante invloed hebben op de intentie om voor

de UHasselt te kiezen. Op basis van tabel 15 kan dus besloten worden dat hypothesen 1, 5 en 6 ondersteund worden op 5% significantieniveau. Alle andere hypothesen worden niet ondersteund.

Wanneer we kijken naar de padcoëfficiënten van de significante factoren, merken we dat ze alle drie een positief teken hebben. Dit betekent dat de invloed van elk van deze variabelen op de intentie om voor Universiteit Hasselt te kiezen positief is. Studietoeraanbod en onderwijssysteem hebben de hoogste padcoëfficiënt waardoor we besluiten dat deze factoren de grootste invloed hebben. Het advies van derden heeft een iets minder grote impact op toekomstige studenten. Zoals reeds eerder besproken werd, zijn alle factoren in het model formatieve constructen. Aan de hand van de *outer weights* kunnen we daarom inzicht krijgen in het belang van elk item. Aangezien er drie factoren een significante invloed hebben op de intentie van toekomstige studenten om voor Universiteit Hasselt te kiezen, zullen enkel de items van deze variabelen bekeken worden.

In tabel 13 werd de significantie van de *outer weights* van de items van alle factoren reeds besproken. De eerste factor, advies van derden, bevat twee significante items: advies van vrienden en kennissen en advies van middelbaar schoolpersoneel. Voor de factor studietoeraanbod is slechts één item significant op 5% significantieniveau: aangeboden opleidingsonderdelen. Voor de laatste significante factor, onderwijssysteem, zijn drie van de vier items significant: lessenroosters, examensysteem en grootte van de klasgroepen. In onderstaande tabel kan u de *outer weights* van deze significante items terugvinden. Deze zullen later in dit onderzoek, bij de *importance-performance* analyse, gebruikt worden om het belang van ieder item te bepalen.

<b>Factor</b>	<b>Item</b>	<b>Outer weight</b>
Advies van derden	Advies vrienden en kennissen	0,594
	Advies middelbaar schoolpersoneel	0,581
Studietoeraanbod	Aangeboden opleidingsonderdelen	0,627
Onderwijssysteem	Lessenroosters	0,336
	Examensysteem	0,363
	Grootte van de klasgroepen	0,556

Tabel 16: *Outer weights* significante items

#### **4.2.3.4.2 Respondenten bereikt op de infodag van Universiteit Hasselt**

In het vorige deel werd voor de hele steekproef onderzocht welke factoren een significante invloed hebben op de intentie van toekomstige universiteitsstudenten om voor Universiteit Hasselt te kiezen. In dit onderdeel zal hetzelfde onderzoek gevoerd worden, maar nu enkel voor de respondenten die bereikt werden op de infodag van Universiteit Hasselt op 27 april 2019. Op deze manier wordt achterhaald welke determinanten een significante invloed hebben op de respondenten die reeds in de keuzefase van het universiteitskeuzemodel van Obermeit (2012) zitten. In tabel 17 vindt u voor deze groep respondenten de padcoëfficiënten en betrouwbaarheidsintervallen van alle factoren die mogelijk een invloed hebben op de intentie van een toekomstige student om voor UHasselt te kiezen. Deze coëfficiënten werden eveneens getest op 5% significantieniveau.

<b>Factor</b>	<b>Padcoëfficiënt</b>	<b>P-waarden</b>	<b>Bias-corrected accelerated bootstrap confidence interval</b>
Advies van derden	0,160**	0,044	[0,016 ; 0,307]
Uitstraling en faciliteiten	0,120	0,160	[-0,074 ; 0,259]
Reputatie	0,024	0,798	[-0,155 ; 0,215]
Locatie	-0,033	0,766	[-0,307 ; 0,119]
Studieaanbod	0,089	0,298	[-0,121 ; 0,227]
Onderwijssysteem	0,340***	0,000	[0,188 ; 0,535]
Kosten	-0,048	0,603	[-0,239 ; 0,105]
Buitenschoolse activiteiten	0,134	0,130	[-0,062 ; 0,282]

Tabel 17: Padcoëfficiënten met betrouwbaarheidsintervallen respondenten van de infodag

\* $p < 0,10$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$

Uit bovenstaande tabel blijkt dat het advies van derden en het onderwijssysteem een significante invloed hebben op de intentie van toekomstige universiteitsstudenten, die zich in de keuzefase bevinden, om voor Universiteit Hasselt te kiezen. Het onderzoek met de volledige steekproef gaf, naast het advies van derden en het onderwijssysteem, aan dat ook het studieaanbod een significant effect heeft op de universiteitskeuze. Voor de respondenten die bereikt werden tijdens de infodag op UHasselt is dit geen significante factor. Dit is waarschijnlijk te wijten aan het feit dat deze studenten interesse hebben in een studierichting die beschikbaar is op Universiteit Hasselt. Op basis van tabel 17 wordt besloten dat, voor de respondenten die zich in de keuzefase bevinden, hypothesen 1 en 6 ondersteund worden op 5% significantieniveau. Alle andere hypothesen worden niet ondersteund.

De padcoëfficiënten van beide significante factoren hebben een positief teken. Het advies van derden en het onderwijssysteem hebben dus een positief effect op de intentie van toekomstige studenten om voor Universiteit Hasselt te kiezen. Onderwijssysteem heeft de hoogste padcoëfficiënt en bijgevolg de grootste invloed. Ook voor de respondenten die bereikt werden op de infodag van de UHasselt zal aan de hand van de *outer weights* inzicht verkregen worden in het belang van elk item van de factoren advies van derden en onderwijssysteem. De *outer weights* van de items van deze factoren worden weergegeven in tabel 18.

<b>Factor</b>	<b>Item</b>	<b>Outer weight</b>	<b>P-waarde</b>
Advies van derden	Advies familieleden	-0,259	0,420
	Advies vrienden en kennissen	0,697**	0,018
	Advies oud-studenten	-0,159	0,598
	Advies middelbaar schoolpersoneel	0,713***	0,010
Onderwijssysteem	Lessenroosters	0,280	0,112
	Examensysteem	0,572***	0,002
	Grootte van de klasgroepen	0,518***	0,004
	Begeleiding	-0,197	0,260

Tabel 18: Outer weights van de items van de significante factoren respondenten van de infodag

\* $p < 0,10$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$

De eerste significante factor, advies van derden, bevat twee significante items: advies van vrienden en kennissen en advies van middelbaar schoolpersoneel. Deze twee items waren ook al significant

bij het onderzoek met de volledige steekproef. Ook de factor onderwijssysteem bevat twee items die een significante invloed hebben op de intentie van toekomstige studenten, die zich in de keuzefase bevinden, om voor Universiteit Hasselt te kiezen. Deze items zijn het examensysteem en de grootte van de klasgroepen. In vergelijking met het onderzoek met de volledige steekproef, heeft het lessenrooster geen significante invloed op studenten die zich in de keuzefase bevinden. De *outer weights* van de significante items zullen in de volgende sectie gebruikt worden bij de *importance-performance* analyse voor de respondenten die op de infodag bereikt werden.

#### 4.2.3.4.3 Importance-performance analyse

In de vorige sectie werd, zowel voor de volledige steekproef als voor de respondenten die bereikt werden op de infodag van de UHasselt, besproken welke factoren een significante invloed hebben op de intentie van toekomstige universiteitsstudenten om te kiezen voor Universiteit Hasselt. Vervolgens werd voor deze factoren nagegaan welke items een significantie invloed hebben op deze factoren en welke niet. Nu is het belangrijk om erachter te komen wat het belang van elk van deze items is op het keuzeprocés van toekomstige studenten.

Om dit te onderzoeken zal een *importance-performance* analyse (IPA) uitgevoerd worden. Een IPA geeft aan welke drijvers geprioriteerd moeten worden om superieure niveaus van het doelconstruct te bereiken. Hiervoor worden gegevens gebruikt om een tweedimensionale kaart, een *IPA chart*, te maken, waarbij het belang wordt weergegeven op de horizontale as (x-as) en de prestaties op de verticale as (y-as). Voor beide assen wordt een *cut-off* waarde opgegeven om elke as in een laag en hoog segment te splitsen, waardoor de matrix wordt verdeeld in de vier kwadranten (Streukens et al., 2017).

Een IPA is de ideale tool voor Universiteit Hasselt om te kijken op welke aspecten meer en op welke minder ingespeeld moet worden om de intentie van toekomstige studenten om voor de UHasselt te kiezen te laten toenemen. Op de aspecten die *high performance* en *high importance* scoren moet Universiteit Hasselt op dezelfde manier blijven inspelen. Aspecten die toekomstige studenten belangrijk vinden scoren hoog, dit is een optimale situatie. Aan de aspecten met *low importance* en *high performance* kan UHasselt wat minder aandacht besteden om 'possible overkill' te voorkomen. De universiteit kan zich het best extra focussen op items met *high importance* en *low performance*. Hierdoor kunnen ze aspecten die toekomstige studenten als belangrijk ervaren verbeteren om zo de intentie te laten stijgen. Het is niet nodig extra aandacht te besteden aan *low importance* en *low performance* aspecten. Toekomstige studenten vinden deze aspecten niet belangrijk waardoor het niet nodig is om hier in te investeren (Streukens et al., 2017).

##### 4.2.3.4.3.1 Volledige steekproef

Om een *IPA chart* op te stellen, is het belangrijk om eerst de *cut-off* waardes voor de *performance* en *importance* scores te bepalen. Hierna kunnen de *performance* en *importance* scores van de significante items berekend worden om deze vervolgens in de grafiek te plaatsen.

De *performance* scores geven aan hoe goed Universiteit Hasselt het reeds doet op de verschillende items. Deze prestatiescores worden bepaald door per item het gemiddelde te nemen van de scores



die door de respondenten gegeven werden in de vragenlijst. De *cut-off* waarde wordt simpelweg bekomen door het schaalmiddelpunt te nemen. Aangezien alle items bevraagd werden op een schaal van 1 tot 7, is het schaalmiddelpunt 4. Om de interpreteerbaarheid van de resultaten te verbeteren, worden de performance scores opnieuw geschaald op een schaal van 0 tot 100, bijgevolg wordt de waarde 50 als *cut-off* waarde genomen. Om de *performance* scores te herschalen tot een 0-100 score, wordt onderstaande formule gebruikt (Streukens et al., 2017). De herschaalde scores worden weergegeven in tabel 19.

$$x_{rescaled} = \left[ \frac{\bar{x} - \min(x)}{\max(x) - \min(x)} \right] \times 100$$

Item	Gemiddelde score (1-7)	Herschaalde score (0-100)
Advies vrienden en kennissen	4,24	54,00
Advies middelbaar schoolpersoneel	4,10	51,67
Aangeboden opleidingsonderdelen	5,61	76,83
Lessenroosters	5,18	69,67
Examensysteem	5,60	76,67
Grootte van de klasgroepen	6,03	83,83

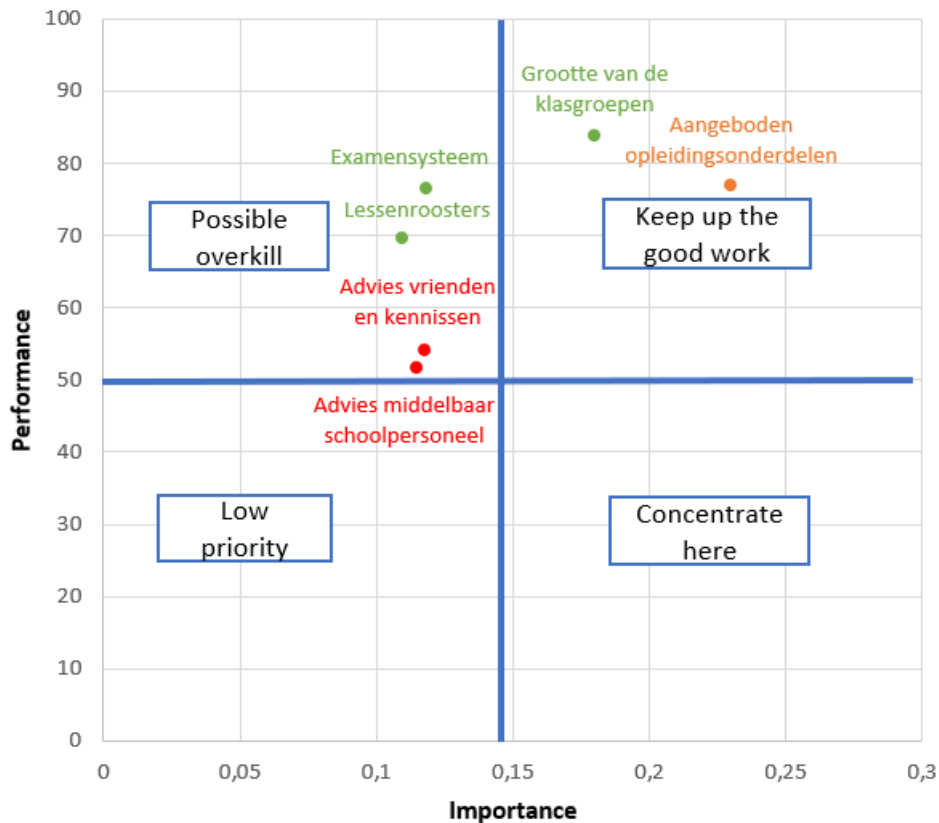
Tabel 19: Performance scores IPA volledige steekproef

Met de *importance* scores wordt aangegeven hoe belangrijk de items zijn voor de respondenten. Deze worden berekend door, voor de significante coëfficiënten, de *path coefficients* en *outer weights* met elkaar te vermenigvuldigen (Streukens et al., 2017). Zoals reeds eerder vermeld worden padcoëfficiënten bepaald per construct, terwijl de *outer weights* voor ieder item verschillend zijn. In tabel 20 kan u de importance scores terugvinden.

Item	Path coefficient	Outer weight	Importance score
Advies vrienden en kennissen	0,198	0,594	0,118
Advies middelbaar schoolpersoneel	0,198	0,581	0,115
Aangeboden opleidingsonderdelen	0,367	0,627	0,230
Lessenroosters	0,324	0,336	0,109
Examensysteem	0,324	0,363	0,118
Grootte van de klasgroepen	0,324	0,556	0,180

Tabel 20: Importance scores IPA volledige steekproef

Ook de as van de *importance* scores moet in twee gedeeld worden om een onderscheid te kunnen maken tussen belangrijke en minder belangrijke items. De *cut-off* waarde hiervoor wordt berekend door het gemiddelde te nemen van de in tabel 20 bekomen *importance* scores. Op die manier wordt de waarde 0,145 gevonden als overgangspunt van laag naar hoog belang. Door de *cut-off* waarden op zowel de *performance*- als *importance*-as, wordt de grafiek in vier kwadranten verdeeld. Onderstaande figuur geeft de op deze manier bekomen *IPA chart* weer voor de significante items.



Figuur 10: IPA chart

Uit deze IPA chart kunnen we besluiten dat de aangeboden opleidingsonderdelen als belangrijkste significante variabele naar voren komt. Met andere woorden houden studenten zeker rekening met de specifieke opleidingsonderdelen (vakken) bij hun keuze voor Universiteit Hasselt. Als we naar de performance as kijken, merken we dat Universiteit Hasselt, met een score van 77 op 100, hier reeds goed op scoort. Naast deze parameter heeft de grootte van de klasgroepen ook een belangrijke invloed bij het maken van een universiteitskeuze. Ook op dit item wordt reeds zeer goed gescoord door UHasselt.

Wat betreft de twee variabelen die vallen onder het construct 'advies van anderen' presteert de UHasselt gemiddeld en ook het belang van deze variabelen wordt als gemiddeld gezien. Hier kan de universiteit wel nog wat aan proberen te werken om in de toekomst meer studenten aan te trekken. Over het examensysteem en de lessenroosters zijn toekomstige studenten over het algemeen wel tevreden. Voor deze variabelen zijn er daarom geen extra inspanningen van de UHasselt vereist.

#### 4.2.3.4.3.2 Respondenten bereikt op de infodag van Universiteit Hasselt

Ook de voor de respondenten die bereikt werden op de infodag van Universiteit Hasselt zal een importance-performance analyse uitgevoerd worden. Op die manier kan achterhaald worden op welke aspecten UHasselt meer moet inspelen om toekomstige studenten, die zich in de keuzefase bevinden, te overtuigen hun opleiding te starten aan deze universiteit. Ook hier is het belangrijk om eerst de cut-off waardes voor de performance en importance scores te bepalen. Hierna kunnen de performance en importance scores van de significante items berekend worden om deze vervolgens in de grafiek te plaatsen.

De *performance* scores worden bepaald door per item het gemiddelde te nemen van de scores die door de respondenten van de infodag gegeven werden in de vragenlijst. Als *cut-off* waarde wordt met de waarde 50 het schaalmiddelpunt genomen. Om de *performance* scores te herschalen van een 1-7 score tot een 0-100 score, wordt opnieuw onderstaande formule gebruikt (Streukens et al., 2017). De herschaalde scores worden weergegeven in tabel 21.

$$x_{rescaled} = \left[ \frac{\bar{x} - \min(x)}{\max(x) - \min(x)} \right] \times 100$$

Item	Gemiddelde score (1-7)	Herschaalde score (0-100)
Advies vrienden en kennissen	4,38	56,33
Advies middelbaar schoolpersoneel	4,29	54,83
Examensysteem	5,74	79,00
Grootte van de klasgroepen	6,20	86,67

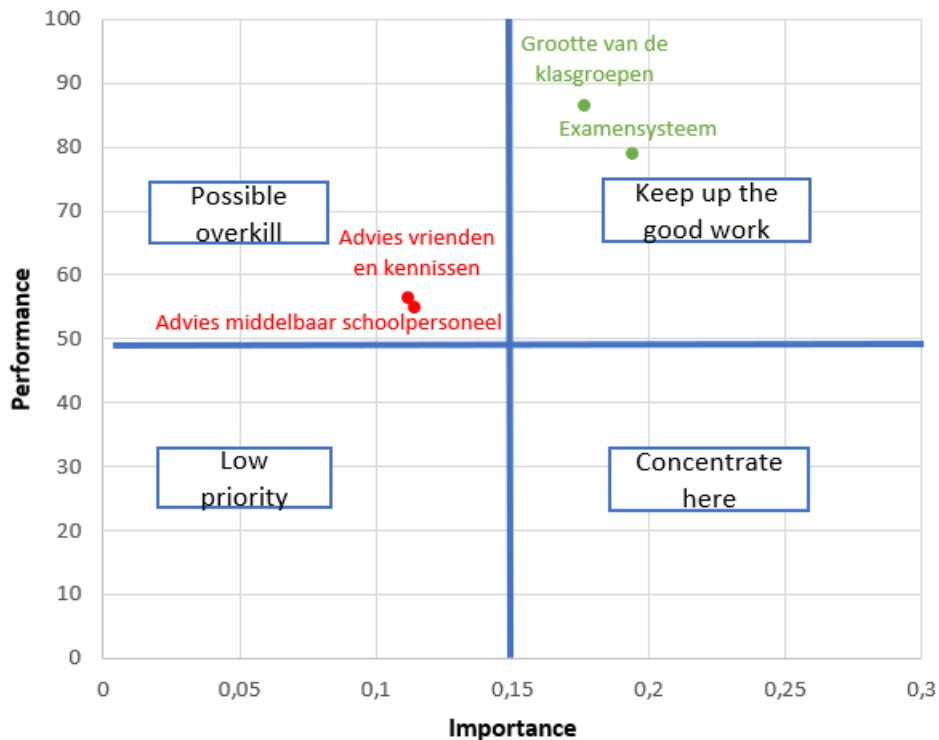
Tabel 21: Performance scores IPA respondenten van de infodag

De *importance* scores geven aan hoe belangrijk de vier bovenstaande items zijn voor studenten die zich in de keuzefase bevinden. Deze worden berekend door de *path coefficients* en *outer weights* met elkaar te vermenigvuldigen (Streukens et al., 2017). In tabel 22 kan u de *importance* scores terugvinden.

Item	Path coefficient	Outer weight	Importance score
Advies vrienden en kennissen	0,160	0,697	0,112
Advies middelbaar schoolpersoneel	0,160	0,713	0,114
Examensysteem	0,340	0,572	0,194
Grootte van de klasgroepen	0,340	0,518	0,176

Tabel 22: Importance scores IPA respondenten van de infodag

Om een onderscheid te maken tussen belangrijke en minder belangrijke items wordt de *importance*-as ook in twee verdeeld. De *cut-off* waarde hiervoor wordt berekend door het gemiddelde te nemen van de in tabel 22 bekomen *importance* scores. Op die manier wordt de waarde 0,149 gevonden als overgangspunt van laag naar hoog belang. Door de *cut-off* waarden op zowel de *performance*- als *importance*-as, ontstaan er vier kwadranten. Onderstaande figuur geeft de op deze manier bekomen *IPA chart* weer voor de significante items.



Figuur 11: IPA chart respondenten van de infodag

Uit deze *IPA chart* kunnen we besluiten dat het examensysteem als belangrijkste significante variabele naar voren komt. In vergelijking met de analyse met de volledige steekproef, hechten studenten die zich in de keuzefase bevinden veel meer belang aan het examensysteem dan de universiteit hanteert. Als we naar de *performance* as kijken, merken we dat Universiteit Hasselt volgens de respondenten van de infodag, met een score van 79 op 100, reeds zeer goed scoort op deze determinant. UHasselt moet daarom geen veranderingen aanbrengen wat betreft het examensysteem. Ook de grootte van de klasgroepen heeft een belangrijke invloed bij het maken van een universiteitskeuze. Ook op dit item wordt reeds zeer goed gescoord door UHasselt, waardoor er geen veranderingen vereist zijn.

Wat betreft de twee variabelen die vallen onder het construct 'advies van anderen' presteert de UHasselt, net zoals bij de analyse met de volledige steekproef, gemiddeld. De invloed van deze items is wel minder vanwege hun lagere *importance* score. Aangezien de factor 'advies van derden' toch een significante invloed heeft op de universiteitskeuze van toekomstige studenten, kan de UHasselt hier wel nog wat aan proberen te werken om in de toekomst meer studenten aan te trekken. Welke concrete stappen de UHasselt moet nemen om meer studenten aan te trekken in de toekomst, wordt besproken bij de management implicaties.



## 5 Conclusie

Op basis van de literatuurstudie en de empirische studie die in dit onderzoek werden uitgewerkt, kunnen nu enkele conclusies getrokken worden. In deze conclusie zal eerst een antwoord gegeven worden op de centrale onderzoeksvraag en deelvragen. Vervolgens zullen op basis van deze resultaten concrete aanbevelingen aan het management van Universiteit Hasselt gegeven worden om in de toekomst meer Limburgse studenten aan te trekken. Om te eindigen zullen kritische bedenkingen en suggesties voor verder onderzoek meegedeeld worden.

### **5.1 Welke factoren bepalen de universiteitskeuze van Limburgse studenten?**

Om dit centrale onderzoeksprobleem te kunnen oplossen, werden twee deelvragen geformuleerd. Aan de hand van gevonden literatuur en een empirische studie werden antwoorden gezocht op deze deelvragen. Op die manier trachtten we een antwoord te vinden op de centrale onderzoeksvraag.

De eerste deelvraag luidde als volgt: 'Welke factoren hebben een invloed op de universiteitskeuze van toekomstige studenten?'. We kunnen besluiten dat er acht factoren zijn die een rol spelen voor toekomstige studenten wanneer ze voor een bepaalde universiteit kiezen: advies van derden, uitstraling en faciliteiten, reputatie, locatie, studieaanbod, onderwijssysteem, studiekosten en buitenschoolse activiteiten.

Na het bepalen van deze factoren, werd in de empirische studie onderzocht op welke van deze factoren Universiteit Hasselt reeds goed scoort en op welke minder. Daarnaast werd ook het belang van iedere factor nagegaan. Er werd met andere woorden een antwoord gezocht op de tweede deelvraag: 'Op welke factoren moet de UHasselt zichzelf verbeteren om meer Limburgse studenten aan te trekken en wat is de relatieve impact van deze factoren?'. Om deze vraag te beantwoorden werd een vragenlijst opgesteld waarvoor studenten uit het zesde middelbaar ASO, die volgend jaar aan een universiteit willen studeren, de doelgroep waren. De respondenten voor deze vragenlijst werden voornamelijk bereikt op de infodag van Universiteit Hasselt op 27 april 2019. Daarom werden, naast voor de volledige steekproef, ook aparte analyses uitgevoerd op de resultaten van de respondenten die bereikt werden op de infodag.

Uit de resultaten van de analyses met de volledige steekproef bleek dat slechts drie factoren een significante invloed hebben op de intentie van toekomstige studenten om voor Universiteit Hasselt te kiezen: het advies van derden, het studieaanbod en het onderwijssysteem. Het studieaanbod en onderwijssysteem hebben de grootste invloed, terwijl het advies van derden iets minder doorslaggevend is voor toekomstige studenten bij het maken van hun universiteitskeuze. De andere factoren hebben geen significante invloed (op 5% significantieniveau) op de intentie van toekomstige studenten om voor Universiteit Hasselt te kiezen. Dit betekent dat we niet met 95% zekerheid kunnen zeggen dat deze factoren een invloed hebben op de intentie.

Wat betreft het studieaanbod heeft enkel de determinant specifieke opleidingsonderdelen een significant effect op de intentie om voor Universiteit Hasselt te kiezen. Uit de vragenlijst blijkt dat UHasselt reeds goed scoort op deze variabele. Van de factor onderwijssysteem hebben de lessenroosters, het examensysteem en de grootte van de klasgroepen een significante invloed op de intentie. Ook op deze variabelen wordt goed gescoord door UHasselt waardoor dit een minder acuut werkpunt is. Het advies van derden ten slotte bevat twee significante indicatoren: advies van vrienden en kennissen en advies van middelbaar schoolpersoneel. Op deze items scoort Universiteit Hasselt eerder matig.

Hiernaast werden ook aparte analyses uitgevoerd op de resultaten van de respondenten die bereikt werden op de infodag van Universiteit Hasselt. Deze groep bevindt zich in de keuzefase (laatste fase) van het universiteitskeuzemodel van Obermeit (2012). Zij zitten met andere woorden in de fase waarin ze op de hoogte zijn van de kenmerken van verschillende universiteiten en op basis hiervan een universiteitskeuze moeten maken. De analyses gaven aan dat het onderwijssysteem en het advies van derden significante factoren zijn die een invloed hebben op de universiteitskeuze van deze studenten. Het examensysteem en de grootte van de klasgroepen zijn de belangrijkste determinanten. Universiteit Hasselt scoort reeds zeer goed op beide items. Van de factor advies van derden hebben het advies van vrienden en kennissen en het advies van leerkrachten uit het middelbaar een significante invloed op de keuze van toekomstige studenten voor de UHasselt. Het belang van deze items is minder groot, maar ze hebben toch een zekere invloed. Universiteit Hasselt scoort gemiddeld op deze items, waardoor we kunnen besluiten dat hier in de toekomst extra aandacht aan besteed moet worden. Welke stappen UHasselt precies moet nemen om in de toekomst meer studenten aan te trekken, wordt in de volgende sectie besproken.

## **5.2 Management implicaties voor Universiteit Hasselt**

Op basis van de resultaten uit het empirisch onderzoek kunnen enkele suggesties gegeven worden aan het management van Universiteit Hasselt. Het is belangrijk dat de universiteit aandacht besteed aan de hieronder geformuleerde aanbevelingen om in de toekomst meer studenten te kunnen overtuigen om zich in te schrijven aan de UHasselt.

Toekomstige studenten hebben over het algemeen een positief gevoel over het onderwijssysteem dat Universiteit Hasselt hanteert. Uit de *IPA chart* bleek dat de universiteit goed scoort wat betreft de lessenroosters, het examensysteem en de grootte van de klasgroepen. Universiteit Hasselt moet daarom verder blijven inzetten op deze aspecten zoals ze in het verleden reeds gedaan heeft.

Het advies dat toekomstige studenten van derden krijgen heeft ook een significante invloed op hun universiteitskeuze. Vooral het advies van vrienden en het advies van leerkrachten uit het middelbaar zijn bepalend voor hun keuze. Uit het empirisch onderzoek bleek dat Universiteit Hasselt eerder gemiddeld scoort hierop. Concreet wil dit zeggen dat de UHasselt niet echt sterk aangeraden wordt door Limburgse leerkrachten en studenten die reeds aan Universiteit Hasselt studeren. Uit de literatuurstudie bleek dat toekomstige studenten vaak met hun vrienden, kennissen en leerkrachten van het middelbaar praten over hun universiteitskeuze. Aangezien het advies van derden daarom

toch wel een factor met een zekere invloed is, zal de universiteit hieraan moeten werken in de toekomst om meer studenten aan te trekken.

Om ervoor te zorgen dat Universiteit Hasselt meer wordt aangeraden door vrienden en kennissen die reeds deel uitmaken van deze universiteitsgemeenschap, is het belangrijk dat de huidige universiteitsstudenten zeer tevreden zijn over de UHasselt. Wanneer zij een positief gevoel hebben over de universiteit, is de kans op positieve mond tot mond reclame veel groter (Joseph et al., 2012). Universiteit Hasselt moet daarom te weten komen over welke aspecten huidige studenten reeds heel tevreden zijn en waaraan gewerkt moet worden om de tevredenheid te laten toenemen. Om hierachter te komen is verder onderzoek vereist.

Daarnaast moet UHasselt ervoor proberen te zorgen dat leerkrachten uit het middelbaar een beter beeld krijgen van deze universiteit waardoor ze deze instelling sneller en gemakkelijker zullen aanraden aan toekomstige universiteitsstudenten. Dit kan gedaan worden door jaarlijks een infodag te organiseren op de universiteit waarvoor alle leerkrachten uit Limburg die les geven in de derde graad van het middelbaar uitgenodigd worden. Deze infodag is een ideaal moment om de universiteit voor te stellen en de nieuwste ontwikkelingen te presenteren. Op deze manier raken de leerkrachten meer bekend met de voordelen van studeren aan de UHasselt waardoor ze sneller geneigd zullen zijn om deze universiteit te adviseren aan hun leerlingen.

Het studieaanbod had ten slotte ook een significante invloed op de intentie van toekomstige studenten om voor Universiteit Hasselt te kiezen. Uit de *IPA chart* bleek dat toekomstige studenten een zeer positief beeld hebben over de specifieke opleidingsonderdelen die worden aangeboden door de UHasselt. Uit de resultaten van de vragenlijst en de persoonlijke interviews uit de literatuurstudie kwam wel naar voor dat sommige studenten niet aan de UHasselt zullen studeren omdat hun beoogde studierichting niet beschikbaar is op deze universiteit. Aangezien de meeste respondenten voor de enquête bereikt werden tijdens de infodag op Universiteit Hasselt, was dit aantal echter beperkt. Toch kunnen we ervan uitgaan dat dit probleem redelijk wat studenten tegenhoudt om aan de UHasselt te studeren.

Enkele jaren geleden werd een nieuwe studierichting, Handelswetenschappen, geïntroduceerd bij Universiteit Hasselt. Bijgevolg kende de universiteit de volgende jaren een forse stijging van het aantal eerstejaarsstudenten. Als UHasselt beslist om één of meerdere nieuwe studierichtingen in te voeren, zullen de inschrijvingen zeer waarschijnlijk opnieuw een boost krijgen. Er wordt in dat geval best gekozen voor studierichtingen die vaak gekozen worden op andere universiteiten. In de literatuurstudie werd in tabel 5 reeds een overzicht gemaakt van de populariteit van studierichtingen die niet worden aangeboden op de UHasselt. Hieruit blijkt dat Psychologie en Pedagogische Wetenschappen, Burgerlijk Ingenieur en Politieke en Sociale Wetenschappen het vaakst gekozen worden door eerstejaarsstudenten op andere universiteiten. Universiteit Hasselt is reeds bezig met een groeiplan om in de toekomst verder uit te breiden. De universiteit wil de volgende tien jaar namelijk 12 nieuwe studierichtingen lanceren. Concreet willen ze vooral masters toevoegen om de bestaande opleidingen op de UHasselt volledig te maken. Daarnaast wil Universiteit Hasselt drie nieuwe studierichtingen toevoegen: Bio-Ingenieur, Burgerlijk Ingenieur en Sociale Wetenschappen.



Als we naar het overzicht in tabel 5 kijken, is het een goed idee om voor deze studierichtingen te kiezen aangezien veel studenten deze opleidingen volgen aan andere universiteiten. Naast deze richtingen zou het ook een goed idee zijn om Psychologie en Pedagogische Wetenschappen toe te voegen aangezien dit een zeer populaire studierichting is bij andere universiteiten.

### **5.3 Beperkingen en suggesties voor verder onderzoek**

Uit een onderzoek komen altijd wel enkele kritische bedenkingen en aspecten die men op een andere manier zou doen wanneer men zou mogen herbeginnen. Dat is in dit onderzoek niet anders. Daarnaast kunnen ook enkele suggesties gegeven worden voor verder onderzoek in de toekomst.

De belangrijkste beperking van deze masterproef heeft betrekking op de respondenten die gevonden werden om de vragenlijst in te vullen. Om in de praktijk na te gaan op welke factoren Universiteit Hasselt zich moet concentreren om in de toekomst meer studenten aan te trekken, werd op zoek gegaan naar studenten die volgend jaar aan een universiteit zullen studeren. Studenten uit het zesde middelbaar ASO waren daarom de meest voor de hand liggende doelgroep. Deze mensen werden hoofdzakelijk bereikt tijdens de infodag van de UHasselt op zaterdag 27 april 2019. Tijdens deze infodag werd de universiteit bezocht door studenten die volgend jaar eventueel aan UHasselt zouden willen studeren.

Er werden in het totaal 125 respondenten bereikt op de infodag van Universiteit Hasselt. Naast deze groep respondenten vulden slechts 39 leerlingen de vragenlijst in, waarvan er 28 volgend academiejaar aan een universiteit zullen starten. Deze respons is echter te laag om een verschillenanalyse uit te voeren tussen respondenten die wel en niet op de infodag bereikt werden. Daarom werden, naast voor de volledige steekproef, enkel analyses uitgevoerd voor de groep respondenten die bereikt werd op de infodag van de UHasselt. Het onderzoek zou nog waardevoller geweest zijn als er ook voldoende respondenten (minstens 120) bereikt werden buiten de infodag. In dat geval zou een verschillenanalyse uitgevoerd kunnen worden tussen toekomstige studenten die op de infodag waren en respondenten die er niet waren. Op die manier kan vervolgens achterhaald worden of toekomstige studenten die zich in de zoekfase van het universiteitskeuzemodel van Obermeit (2012) bevinden, zich laten beïnvloeden door andere factoren dan studenten in de keuzefase.

De tweede beperking van dit onderzoek heeft te maken met de manier waarop de vragenlijst werd opgesteld. In het beste geval wordt er bij het opstellen van een vragenlijst gebaseerd op gevalideerde schalen. Dit was voor deze enquête niet echt mogelijk aangezien er tot op heden geen literatuur beschikbaar is met stellingen die gebruikt kunnen worden voor dit onderzoek.

Naast het onderzoek dat in deze masterproef gevoerd werd, kan het ook interessant zijn om een onderzoek te doen bij huidige studenten van Universiteit Hasselt. Het is belangrijk dat zij tevreden zijn over hun universiteitskeuze. Daarom is het handig om te testen of er aspecten zijn die studenten liever anders hadden gezien en hun keuze eventueel had beïnvloed als ze dit op voorhand geweten hadden. Op die manier kan de universiteit blijven inspelen op mogelijke gebreken om te tevredenheid

van huidige studenten te maximaliseren. Zoals reeds aangehaald bij de management implicaties is het belangrijk dat huidige studenten tevreden zijn over de universiteit. Zij zijn namelijk een belangrijke bron om toekomstige studenten te overtuigen om te studeren aan de UHasselt.

Uit de persoonlijke interviews die in de literatuurstudie gevoerd werden, bleek dat meerdere studenten rekening houden met de reputatie van een universiteit en het uitgaansleven rond een universiteit. Enkele studenten gaven zelfs aan dat ze om deze redenen kozen om te studeren aan Katholieke Universiteit Leuven. Uit de resultaten van dit onderzoek bleek dat over het algemeen goed gescoord wordt op deze factoren door de UHasselt en dat deze factoren geen significante invloed hebben op de intentie van toekomstige studenten om voor deze universiteit te kiezen. De respondenten in dit onderzoek zijn over het algemeen dus tevreden over de reputatie van UHasselt en het uitgaansleven. Toch zijn er veel studenten die omwille van deze redenen voor een andere universiteit kiezen. Verder onderzoek omtrent deze factoren lijkt daarom noodzakelijk in de toekomst.

Een laatste limitatie van dit onderzoek heeft betrekking op de factor kosten. In de enquête werden vragen gesteld aan toekomstige studenten over de duidelijkheid en competitiviteit van de kosten wanneer je studeert aan de UHasselt. De meesten hebben geen zicht hierop of hechten er weinig belang aan. Daarom zou het voor toekomstig onderzoek handig kunnen zijn om ook de ouders in het onderzoek te betrekken. Uit het onderzoek van Stephenson et al. (2016) blijkt immers dat ouders wel belang hechten aan de kosten die studeren aan een universiteit met zich meebrengen (Stephenson et al., 2016).



## 6 Literatuurlijst

- Aydin, O. T., & Bayir, F. (2016). The Impact of Different Demographic Variables on Determinants of University Choice Decision: A Study on Business Administration Students of the Foundation Universities in Istanbul. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 16(4), 1147-1169.
- Corak, M., Lipps, G., & Zhao, J. (2004). Family income and participation in post-secondary education.
- Curtis, T., Abratt, R., & Minor, W. (2009). Corporate brand management in higher education: the case of ERAU. *Journal of Product & Brand Management*, 18(6), 404-413.
- D'Hooge, S. (2013). *Wel of niet verder studeren? Wat belemmert of faciliteert mensen tot participeren aan educatieve activiteiten? Een kwalitatief onderzoek.*
- Dao, M. T. N., & Thorpe, A. (2015). What Factors Influence Vietnamese Students' Choice of University? *International Journal of Educational Management*, 29(5), 666-681.
- Eurostat. (2018). *Tertiary education statistics.*
- F. Hair Jr, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106-121.
- Ghose, A., & Yang, S. (2009). An empirical analysis of search engine advertising: Sponsored search in electronic markets. *Management science*, 55(10), 1605-1622.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7 ed.). Harlow: Pearson.
- Haryanti, Wijayanto, H., & Sumarwan, U. (2016). Analysis of the Factors Influencing Bogor Senior High School Student Choice in Choosing Bogor Agricultural University (Indonesia) for Further Study. *Journal of Education and e-Learning Research*, 3(3), 87-97.
- Hoger onderwijs in cijfers academiejaar 2018-2019.* (2019).
- Hossler, D., & Gallagher, K. (1987). *Studying Student College Choice: A Three-Phase Model and the Implications for Policymakers* (Vol. 51).
- Iacopini, L., & Hayden, M. (2017). The Role of Parents in University Choice: Evidence from Vietnam. *Asia-Pacific Education Researcher*, 26(3), 147-154.
- Johnston, T. C. (2010). Who and What Influences Choice of University? Student and University Perceptions. *American Journal of Business Education*, 3(10), 15-24.
- Joseph, M., Mullen, E. W., & Spake, D. (2012). University branding: Understanding students' choice of an educational institution. *Journal of Brand Management*, 20(1), 1-12.
- Kalimullin, A. M., & Dobrotvorskaya, S. G. (2016). Higher Education Marketing Strategies Based on Factors Impacting the Enrollees' Choice of a University and an Academic Program. *International Journal of Environmental and Science Education*, 11(13), 6025-6040.
- Lee, V. E., Chow-Hoy, T. K., Burkam, D. T., Gevert, D., & Smerdon, B. A. (1998). Sector differences in high school course taking: A private school or Catholic school effect? *Sociology of Education*, 71(4), 314.

- Leroi-Werelds, S., Streukens, S., Brady, M. K., & Swinnen, G. (2014). Assessing the value of commonly used methods for measuring customer value: a multi-setting empirical study. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 42(4), 430-451.
- Maringe, F. (2006). University and Course Choice: Implications for Positioning, Recruitment and Marketing. *International Journal of Educational Management*, 20(6), 466-479.
- McAlexander, J. H., Koenig, H. F., & Schouten, J. W. (2004). Building a University Brand Community: The Long-Term Impact of Shared Experiences. *Journal of Marketing for Higher Education*, 14(2), 61-79.
- Moogan, Y., Baron, S., & Bainbridge, S. (2001). *Timings and Trade-offs in the Marketing of Higher Education Courses: A Conjoint Approach* (Vol. 19).
- Munisamy, S., Mohd Jaafar, N. I., & Nagaraj, S. (2014). Does Reputation Matter? Case Study of Undergraduate Choice at a Premier University. *Asia-Pacific Education Researcher*, 23(3), 451-462.
- Obermeit, K. (2012). Students' Choice of Universities in Germany: Structure, Factors and Information Sources Used. *Journal of Marketing for Higher Education*, 22(2), 206-230.
- Parslow, B. C. (2014). What matters most: factors Influencing the University application choice decisions of Korean international students and parents.
- Pinar, M., Trapp, P., Girard, T., & E. Boyt, T. (2014). University brand equity: an empirical investigation of its dimensions. *International Journal of Educational Management*, 28(6), 616-634.
- Price, I., Matzdorf, F., Smith, L., & Agahi, H. (2002). *The Impact of Facilities on Student Choice of University*.
- Qureshi, S. (1995). College accession research: New variables in an old equation. *Journal of Professional Services Marketing*, 12(2), 163-170.
- Rahayu, S., Sugiarto, T., Madu, L., Holiawati, & Subagyo, A. (2017). Application of Principal Component Analysis (PCA) to Reduce Multicollinearity Exchange Rate Currency of Some Countries in Asia Period 2004-2014. *International Journal of Educational Methodology*, 3(2), 75-84.
- Rand, S. J., Henderson, M. U., Kotz, P., & Nelsen, J. B. (2018). THE RISE OF STANDARDIZED RANKINGS IN HIGHER EDUCATION: EXAMINING THE VALUE PROPOSITION FOR ADULT LEARNERS. *Marketing Management Association Annual Conference Proceedings*, 84-88.
- Riemersma, J., & van Boxtel, E. (2015). *Het vertrouwen in de keuze tussen doorleren en werken na afronding van een mbo-opleiding*.
- Rosovsky, H. (1990). The University: An Owner's Manual. *Library Journal*, 115(4), 102-102.
- Sabir, R. I., Ahmad, W., Ashraf, R. U., & Ahmad, N. (2013). Factors affecting university and course choice: A comparison of undergraduate engineering and business students in Central Punjab, Pakistan. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 3(10), 298-305.
- Sandiford, J. R., Lynch, S. H., & Bliss, L. (2003). *Transferring from Community College to University: How Choices Are Influenced*.

- Shanka, T., Quintal, V., & Taylor, R. (2006). Factors influencing international students' choice of an education destination—A correspondence analysis. *Journal of Marketing for Higher Education*, 15(2), 31-46.
- Sia, J. (2013). University choice: Implications for marketing and positioning. *Education*, 3(1), 7-14.
- Soutar, G. N., & Turner, J. P. (2002). Students' preferences for university: a conjoint analysis. *International Journal of Educational Management*, 16(1), 40-45.
- Stephenson, A. L., Heckert, A., & Yerger, D. B. (2016). College Choice and the University Brand: Exploring the Consumer Decision Framework. *Higher Education: The International Journal of Higher Education Research*, 71(4), 489-503.
- Streukens, S., & Leroi-Werelds, S. (2016). Bootstrapping and PLS-SEM: A step-by-step guide to get more out of your bootstrap results.
- Streukens, S., Leroi-Werelds, S., & Willems, K. (2017, 20170101). *Dealing with nonlinearity in importance-performance map analysis (IPMA): an integrative framework in a PLS-SEM context.*
- Walsh, C., Moorhouse, J., Dunnett, A., & Barry, C. (2015). University choice: which attributes matter when you are paying the full price? *International Journal of Consumer Studies*, 39(6), 670-681.
- Yuan, Z., Yunqi, B., & Feng-Kuang, C. (2017). An Investigation of University Students' Classroom Seating Choices. *Journal of Learning Spaces*, 6(3).
- Yusof, M., Ahmad, S. N. B., Tajudin, M., & Ravindran, R. (2008). A study of factors influencing the selection of a higher education institution. *UNITAR e-journal*, 4(2), 27-40.



## 7 Bijlagen

### 7.1 Bijlage 1: Kwalitatief onderzoek: Persoonlijke interviews

#### Interview 1

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Zesde middelbaar

**Welke school / universiteit:** Atheneum Sint-Truiden

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Afstand van huis
- Advies van leerkrachten
- Betere begeleiding dan op andere universiteiten

#### Interview 2

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Zesde middelbaar

**Welke school / universiteit:** Atheneum Sint-Truiden

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Enkel deze universiteit biedt de studie aan die ik wil volgen
- Afstand van huis
- Infodagen hebben mij overtuigd om voor deze studie en universiteit te kiezen

#### Interview 3

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Eerste bachelor

**Welke school / universiteit:** Universiteit Hasselt

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Het studietoeraanbod
- Afstand van huis
- Kleinere universiteit, meer begeleidend

#### Interview 4

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Eerste bachelor

**Welke school / universiteit:** Universiteit Hasselt

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Het examensysteem (zeswekensysteem)
- Afstand van huis
- Dichtbij het centrum en goed bereikbaar met het openbaar vervoer
- Vrienden en familie die aan dezelfde universiteit studeren



#### Interview 5

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Eerste bachelor

**Welke school / universiteit:** Universiteit Hasselt

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Betere begeleiding
- Afstand van huis
- Dichtbij het centrum van een grote stad
- Aanwezigheid van een bibliotheek en ontspanningsfaciliteiten
- Er hangt een gezellige sfeer, gebouwen zijn mooi ingericht, warme uitstraling

#### Interview 6

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Eerste bachelor

**Welke school / universiteit:** Katholieke Universiteit Leuven

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Opleiding was niet beschikbaar in Hasselt (Burgerlijk Ingenieur)
- Vrienden gaan naar dezelfde universiteit
- Studentenleven en mogelijkheid om op kot te gaan

#### Interview 7

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Eerste bachelor

**Welke school / universiteit:** Katholieke Universiteit Leuven

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- De opleiding Burgerlijk Ingenieur is niet beschikbaar op UHasselt
- Afstand van huis
- Studentenleven, Leuven is de beste studentenstad van België
- Reputatie van de universiteit, beste universiteit van België

#### Interview 8

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Zesde middelbaar

**Welke school / universiteit:** Hasp-O Zepperen

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Studentenleven
- Uitstraling van de universiteit
- Mening van anderen over de universiteit
- Beschikbaarheid van de opleiding die ik wil volgen
- Afstand van huis

#### Interview 9

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Eerste bachelor

**Welke school / universiteit:** Vrije Universiteit Brussel

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Enige universiteit die mijn opleiding aanbiedt.
- Mening van anderen over de universiteit

#### Interview 10

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Eerste bachelor

**Welke school / universiteit:** Universiteit Hasselt

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Vrienden studeren aan dezelfde universiteit
- Afstand van huis
- Op aanraden van leerkrachten uit het middelbaar

#### Interview 11

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Eerste bachelor

**Welke school / universiteit:** Universiteit Hasselt

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- De universiteit is goed bereikbaar met het openbaar vervoer
- Het examensysteem van zes weken
- Vrienden studeren aan dezelfde universiteit

#### Interview 12

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Zesde middelbaar

**Welke school / universiteit:** Atheneum Sint-Truiden

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Vrienden die aan dezelfde universiteit studeren
- Afstand van huis
- Makkelijk bereikbaar
- Infodagen hebben mij overtuigd

#### Interview 13

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Eerste bachelor

**Welke school / universiteit:** Vrije Universiteit Brussel

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Specifieke kenmerken van de opleiding, de stages beginnen in het eerste jaar
- Kleine groepen, wat voordelig is bij de praktijk lessen
- Deze universiteit werd mij aanbevolen door kinesisten

#### Interview 14

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Eerste bachelor

**Welke school / universiteit:** Universiteit Hasselt

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Afstand van huis
- Universiteit biedt de studierichting aan die ik wou volgen

#### Interview 15

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Zesde middelbaar

**Welke school / universiteit:** Hasp-O Zepperen

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- De studierichting die ik wil volgen is er
- Afstand van huis, dan hoef ik niet op kot te gaan
- Mijn broer studeert ook aan die universiteit

#### Interview 16

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Eerste bachelor

**Welke school / universiteit:** Katholieke Universiteit Leuven

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Mogelijkheid om op kot te gaan
- Studentenleven waar Leuven voor bekend staat
- De reputatie dat KU Leuven een goede universiteit is

#### Interview 17

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Eerste bachelor

**Welke school / universiteit:** Universiteit Hasselt

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Mijn zus heeft hier gestudeerd, waardoor ik wist dat het een goede universiteit is
- Afstand van huis, ik wou niet op kot gaan
- Vrienden studeren aan dezelfde universiteit

#### Interview 18

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Zesde middelbaar

**Welke school / universiteit:** KCST Sint-Truiden

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Afstand van huis
- De universiteit biedt de studierichting aan die ik wou volgen
- Betere begeleiding omdat de universiteit kleiner is dan andere universiteiten
- Tijdens infodagen kreeg ik bij Universiteit Hasselt meer het gevoel dat ze mij wilden helpen dan bij Katholieke Universiteit Leuven.

#### Interview 19

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Eerste bachelor

**Welke school / universiteit:** Katholieke Universiteit Leuven

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Mogelijkheid om op kot te gaan
- Veel van mijn vrienden studeren aan deze universiteit
- Studentenleven en reputatie van de studentenverenigingen

#### Interview 20

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Zesde middelbaar

**Welke school / universiteit:** Hasp-O Zeperen

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Afstand van huis
- De universiteit biedt de studierichting aan die ik graag wil volgen

#### Interview 21

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Zesde middelbaar

**Welke school / universiteit:** Atheneum Borgloon

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Mijn broer en zus studeren aan deze universiteit
- Mijn ouders werken in Leuven waardoor ze mij altijd naar de universiteit kunnen brengen
- KU Leuven staat bekend als een goede universiteit

#### Interview 22

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Zesde middelbaar

**Welke school / universiteit:** Sint-Martinusscholen Herk-de-Stad

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Opleiding die ik wil volgen is niet beschikbaar in Hasselt
- Veel vrienden studeren aan deze universiteit
- Leuven is een fijne studentenstad
- KU Leuven is de hoogst gerangschikte universiteit van België

#### Interview 23

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Zesde middelbaar

**Welke school / universiteit:** Hasp-O Zeperen

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Goed gevoel bij eerste kennismaking tijdens infodagen
- Zelfstudiesysteem van de Universiteit Hasselt
- Ligging ten opzichte van thuis

#### Interview 24

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Eerste bachelor

**Welke school / universiteit:** Universiteit Hasselt

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Goed bereikbaar voor pendelaars
- Gelegen dicht bij een grote, warme stad
- Doordat je om de zes weken examen hebt, waardoor de hoeveelheden kleiner zijn
- Goede begeleiding omdat de groepen kleiner zijn dan bij andere universiteiten

#### Interview 25

**Zesde middelbaar / eerste bachelor:** Eerste bachelor

**Welke school / universiteit:** Universiteit Hasselt

**Factoren die keuzeprocess beïnvloeden:**

- Dicht bij huis zodat ik niet op kot hoeft te gaan
- Examensysteem lijkt mij interessanter dan dat op KU Leuven en andere universiteiten
- Goede begeleiding, terwijl je bij andere universiteiten meer aan uw lot wordt overgelaten

## **7.2 Bijlage 2: Vragenlijst**

Beste deelnemer

Voor mijn opleiding Handelsingenieur onderzoek ik, in het kader van mijn masterproef, waarom studenten uit het zesde middelbaar ASO kiezen voor een bepaalde universiteit.

Het invullen van de vragenlijst zal hoogstens 10 minuten van uw tijd in beslag nemen. Uw gegevens worden vertrouwelijk behandeld en de resultaten worden anoniem verwerkt. Gelieve de vragen zo eerlijk mogelijk in te vullen, er bestaan geen foute antwoorden.

Hartelijk bedankt voor uw medewerking aan dit onderzoek!

Met vriendelijke groeten

Jari Smets

Bent u van plan om volgend jaar aan een universiteit te studeren?

- Ja
- Nee

**Indien 'Nee' geantwoord:**

De respondent wordt doorverwezen naar het einde van de vragenlijst.

**Indien 'Ja' geantwoord:**

De respondent wordt doorverwezen naar de volgende vraag.

Tussen welke universiteiten twijfelt u of heeft u getwijfeld om volgend jaar te studeren? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Katholieke Universiteit Leuven
- Universiteit Antwerpen
- Universiteit Gent
- Universiteit Hasselt
- Vrije Universiteit Brussel
- Andere: \_\_\_\_\_

**Indien 'Universiteit Hasselt' niet wordt aangeduid:**

Waarom denkt u er niet aan om voor Universiteit Hasselt te kiezen?

**Indien 'Universiteit Hasselt' wel wordt aangeduid:**

Hoe groot is de kans dat u voor Universiteit Hasselt zal kiezen (in %)?

De volgende stellingen hebben betrekking op uw beeld over de Universiteit Hasselt.

#### Advies van derden

Gelieve aan te geven in welke mate u al dan niet akkoord gaat met deze stellingen.

(Antwoordschaal: Likert: 1 – Helemaal niet akkoord / 7 – Helemaal akkoord)

1. Mijn ouders, broers, zussen en andere familieleden raden mij aan te studeren aan UHasselt.
2. Mijn vrienden en kennissen raden mij aan om te studeren aan UHasselt.
3. Oud-studenten raden mij aan om te studeren aan UHasselt.
4. Mijn leerkrachten uit het middelbaar raden mij aan om te studeren aan UHasselt.

#### Uitstraling en faciliteiten

Gelieve aan te geven in welke mate u al dan niet akkoord gaat met deze stellingen.

(Antwoordschaal: Likert: 1 – Helemaal niet akkoord / 7 – Helemaal akkoord)

1. De campus van de UHasselt geeft mij een aangenaam gevoel.
2. De UHasselt beschikt over voldoende faciliteiten zoals een bibliotheek, eetzaal, restaurant, koten, sportcentra, medische centra...
3. De campus van de UHasselt is veilig.
4. De campus van de UHasselt is modern ingericht.
5. De campus van de UHasselt groot genoeg.

#### Reputatie

Gelieve aan te geven in welke mate u al dan niet akkoord gaat met deze stellingen.

(Antwoordschaal: Likert: 1 – Helemaal niet akkoord / 7 – Helemaal akkoord)

1. De UHasselt heeft naamsbekendheid.
2. De UHasselt heeft linken met de industrie.
3. De UHasselt heeft goede relaties met andere internationale universiteiten.
4. De UHasselt heeft een goede academische reputatie.

#### Locatie

Gelieve aan te geven in welke mate u al dan niet akkoord gaat met deze stellingen.

(Antwoordschaal: Likert: 1 – Helemaal niet akkoord / 7 – Helemaal akkoord)

1. De UHasselt ligt voldoende dicht bij mijn thuis.
2. De UHasselt ligt voldoende dicht bij het centrum van een grote stad.
3. De UHasselt is goed bereikbaar met de auto.
4. De UHasselt is goed bereikbaar met het openbaar vervoer.

#### Studieaanbod

Gelieve aan te geven in welke mate u al dan niet akkoord gaat met deze stellingen.

(Antwoordschaal: Likert: 1 – Helemaal niet akkoord / 7 – Helemaal akkoord)

1. De UHasselt biedt interessante studierichtingen aan.
2. De UHasselt biedt interessante majors aan.
3. De specifieke opleidingsonderdelen/vakken die de UHasselt aanbiedt spreken mij aan.
4. Ik vind het een voordeel dat de UHasselt de mogelijkheid op stages aanbiedt.



### Onderwijssysteem

Gelieve aan te geven in welke mate u al dan niet akkoord gaat met deze stellingen.

(Antwoordschaal: Likert: 1 – Helemaal niet akkoord / 7 – Helemaal akkoord)

1. Het lessenrooster van de UHasselt spreekt mij aan.
2. Het examensysteem van de UHasselt spreekt mij aan.
3. Het feit dat de lessen op de UHasselt in kleinere groepen gegeven worden, spreekt mij aan.
4. Studenten worden goed begeleid door de UHasselt.

### Kosten

Gelieve aan te geven in welke mate u al dan niet akkoord gaat met deze stellingen.

(Antwoordschaal: Likert: 1 – Helemaal niet akkoord / 7 – Helemaal akkoord)

1. De totale studiekosten (inschrijving, cursussen, studentenkot, transport, eten en drinken) zijn duidelijk op de UHasselt.
2. De totale studiekosten bij de UHasselt (inschrijving, cursussen, studentenkot, transport, eten en drinken) zijn vergelijkbaar met andere universiteiten.

### Buitenschoolse activiteiten

Gelieve aan te geven in welke mate u al dan niet akkoord gaat met deze stellingen.

(Antwoordschaal: Likert: 1 – Helemaal niet akkoord / 7 – Helemaal akkoord)

1. Het sociale leven op en naast de UHasselt spreekt mij aan.
2. De uitgaansmogelijkheden als je studeert aan de UHasselt spreken mij aan.
3. De studentenverenigingen op de UHasselt spreken mij aan.
4. De sportclubs op de UHasselt spreken mij aan.
5. De ontspanningsmogelijkheden op de UHasselt spreken mij aan.

Wat is uw huidige studierichting?

- Latijn-Wiskunde
- Latijn-Moderne talen
- Latijn-Wetenschappen
- Economie-Wiskunde
- Economie-Moderne talen
- Economie-Wetenschappen
- Grieks-Latijn
- Grieks-Wiskunde
- Grieks-Moderne talen
- Grieks-Wetenschappen
- Humane Wetenschappen
- Wetenschappen-Wiskunde
- Andere: \_\_\_\_\_

Wat is uw geslacht?

- Man
- Vrouw

Wat is uw leeftijd?

\_\_\_\_\_

### 7.3 Bijlage 3: Levene's test voor verschillenanalyse

Item	Levene's test for equality of variances		Gelijke varianties?
	F	P-waarde	
ADV1	1,139	0,288	Ja
ADV2	0,922	0,339	Ja
ADV3	0,279	0,598	Ja
ADV4	0,078	0,780	Ja
UIT1	0,985	0,323	Ja
UIT2	0,126	0,724	Ja
UIT3	1,794	0,183	Ja
UIT4	0,069	0,793	Ja
UIT5	0,124	0,726	Ja
REP1	0,944	0,333	Ja
REP2	2,471	0,118	Ja
REP3	0,001	0,972	Ja
REP4	0,066	0,798	Ja
LOC1	0,501	0,480	Ja
LOC2	0,263	0,609	Ja
LOC3	0,449	0,504	Ja
LOC4	2,075	0,152	Ja
STU1	57,122	0,000*	Nee
STU2	20,089	0,000*	Nee
STU3	35,418	0,000*	Nee
STU4	0,046	0,831	Ja
SYS1	0,016	0,901	Ja
SYS2	0,451	0,503	Ja
SYS3	4,576	0,034*	Nee
SYS4	3,084	0,081	Ja
KOS1	0,236	0,628	Ja
KOS2	0,193	0,661	Ja
ACT1	2,776	0,098	Ja
ACT2	1,744	0,189	Ja
ACT3	0,093	0,760	Ja
ACT4	0,158	0,692	Ja
ACT5	1,157	0,284	Ja

\*: significant verschil tussen de varianties van beide groepen op 5% significantieniveau

## 7.4 Bijlage 4: Betrouwbaarheidsintervallen outer loadings

<b>Formatief construct</b>	<b>Item</b>	<b>Bias-corrected confidence intervals</b>
Advies van derden	Advies familieleden	[0,234 ; 0,860]
	Advies vrienden en kennissen	[0,673 ; 0,985]
	Advies oud-studenten	[0,145 ; 0,774]
	Advies middelbaar schoolpersoneel	[0,648 ; 0,978]
Uitstraling en faciliteiten	Campusomgeving	[0,640 ; 0,990]
	Aanwezige faciliteiten	[0,674 ; 0,995]
	Veiligheid en beveiliging campus	[-0,207 ; 0,686]
	Inrichting (modern/ouderwets)	[-0,229 ; 0,668]
	Groote universiteit	[-0,007 ; 0,870]
Reputatie	Bekendheid van de universiteit	[0,319 ; 0,885]
	Link met de industrie	[-0,196 ; 0,508]
	Relatie internationale universiteiten	[0,063 ; 0,748]
	Academische reputatie	[0,838 ; 0,998]
Locatie	Afstand van thuis	[-0,595 ; 0,633]
	Afstand tot centrum grote stad	[0,550 ; 0,999]
	Bereikbaarheid auto	[-0,002 ; 0,965]
	Bereikbaarheid openbaar vervoer	[-0,196 ; 0,840]
Studieaanbod	Aangeboden studierichtingen	[0,708 ; 0,961]
	Aangeboden majors	[0,575 ; 0,907]
	Aangeboden opleidingsonderdelen	[0,800 ; 0,981]
	Aangeboden stages	[0,094 ; 0,594]
Onderwijssysteem	Lessenroosters	[0,634 ; 0,960]
	Examensysteem	[0,759 ; 0,992]
	Groote van de klasgroepen	[0,627 ; 0,887]
	Begeleiding	[0,290 ; 0,788]
Kosten	Duidelijkheid studiekosten	[0,965 ; 1,000]
	Vergelijkbaarheid studiekosten	[-0,524 ; 0,967]
Buitenschoolse activiteiten	Sociaal leven naast de universiteit	[0,472 ; 0,958]
	Uitgaansmogelijkheden	[0,434 ; 0,928]
	Studentenverenigingen	[0,225 ; 0,842]
	Sportclubs	[0,469 ; 0,911]
	Ontspanningsmogelijkheden	[0,959 ; 0,999]

## 7.5 Bijlage 5: VIF-waarden om multicollineariteit te testen

<b>Formatief construct</b>	<b>Item</b>	<b>VIF waarde</b>
Advies van derden	Advies familieleden	<b>1,475</b>
	Advies vrienden en kennissen	<b>1,495</b>
	Advies oud-studenten	<b>1,673</b>
	Advies middelbaar schoolpersoneel	<b>1,609</b>
Uitstraling en faciliteiten	Campusomgeving	<b>1,558</b>
	Aanwezige faciliteiten	<b>1,683</b>
	Veiligheid en beveiliging campus	<b>1,118</b>
	Inrichting (modern/ouderwets)	<b>1,378</b>
	Groote universiteit	<b>1,417</b>
Reputatie	Bekendheid van de universiteit	<b>1,166</b>
	Link met de industrie	<b>1,111</b>
	Relatie internationale universiteiten	<b>1,351</b>
	Academische reputatie	<b>1,410</b>
Locatie	Afstand van thuis	<b>1,183</b>
	Afstand tot centrum grote stad	<b>1,281</b>
	Bereikbaarheid auto	<b>1,308</b>
	Bereikbaarheid openbaar vervoer	<b>1,448</b>
Studieaanbod	Aangeboden studierichtingen	3,725
	Aangeboden majors	<b>2,780</b>
	Aangeboden opleidingsonderdelen	3,860
	Aangeboden stages	<b>1,128</b>
Onderwijssysteem	Lessenroosters	<b>1,441</b>
	Examensysteem	<b>1,636</b>
	Groote van de klasgroepen	<b>1,303</b>
	Begeleiding	<b>1,458</b>
Kosten	Duidelijkheid studiekosten	<b>1,281</b>
	Vergelijkbaarheid studiekosten	<b>1,281</b>
Buitenschoolse activiteiten	Sociaal leven naast de universiteit	<b>2,572</b>
	Uitgaansmogelijkheden	<b>2,719</b>
	Studentenverenigingen	<b>1,777</b>
	Sportclubs	<b>1,798</b>
	Ontspanningsmogelijkheden	3,035