

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENJADI PERTIMBANGAN SISWA SLTA MENJELANG MASUK PERGURUAN TINGGI

Sukardi, Endang Tri Pujiastuti
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Sukardi.sentono19@gmail.com

ABSTRAK

Pendidikan merupakan kebutuhan pokok anak bangsa sebagai generasi penerus di masa mendatang. Oleh karena itu penyedia jasa pendidikan khususnya perguruan tinggi berlomba-lomba untuk memberikan fasilitas proses pembelajaran dengan mengikuti perkembangan zaman, seperti kelengkapan fasilitas dalam proses pembelajaran. Dalam penelitian ini mengungkap apa yang sebenarnya para siswa lanjutan atas ketika memilih dan menentukan perguruan tinggi untuk melanjutkan studinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi acuan siswa SLTA ketika memilih Perguruan Tinggi Swasta di Jakarta Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah survey terhadap siswa SLTA kelas III yang akan melanjutkan studinya ke Jenjang perguruan tinggi sebanyak 500 siswa dari 10 SLTA baik negeri maupun swasta. Instrumen yang digunakan sebanyak 23 variabel independen. Jawaban responden menggunakan kuesioner tertutup dengan memberikan penilaian menggunakan skala likert mulai sangat tidak penting sampai sangat penting (skala 1-4). Metode Analisa menggunakan statistik diskriptif dan analisa faktor. Hasil penelitian dari 23 variabel menunjukkan 7 faktor yang menjadi Acuan siswa SLTA ketika memilih perguruan tinggi. Faktor-faktor tersebut terdiri dari : faktor 1 (reputasi dan prestasi kampus), faktor 2 (biaya kuliah terjangkau), faktor 3 (pelayanan yang baik), faktor 4 (kemudahan akses informasi), faktor 5 (jurusan sesuai dengan yang diinginkan), faktor 6 (komunitas kampus yang solid), faktor 7 (kualitas akademik dan kemudahan mendapat pekerjaan setelah lulus).

Kata kunci : Faktor-faktor, acuan, siswa SLTA.

PENDAHULUAN

Tantangan perguruan tinggi khususnya swasta saat ini sangat ketat, oleh karena itu Perguruan Tinggi Swasta harus berbenah diri baik dalam hal fasilitas hardware maupun softwarena. Kategori hardware lebih menonjolkan fasilitas fisik seperti gedung, ruang kuliah yang nyaman, peralatan dan laboratorium yang mumpuni. Sedangkan software lebih menekankan pada manajemen pendidikan seperti metode pembelajaran, kurikulum, akreditasi, *brand image* dan memperkuat tata kelola, akuntabilitas dan pencitraan public.

Saat ini, di Indonesia terdapat banyak pilihan perguruan tinggi bagi siswa SLTA yang ingin melanjutkan studi ke jenjang yang lebih tinggi. Terdapat sekitar 82 PTN dan sekitar

1400 PTS. Sedangkan jumlah siswa SLTA negeri maupun swasta khususnya di DKI Jakarta seperti terlihat pada Tabel 1 berjumlah 148.268 orang.

Tabel 1. Jumlah siswa SLTA Negeri maupun Swasta di DKI 2012

KOTA/KABUPATEN	JENIS SLTA		
	NEGERI	SWASTA	JUMLAH
Jakarta Pusat	7,299	7,883	5,182
Jakarta Utara	1,49	9,689	1,18
Jakarta Barat	1,855	4,429	6,284
Jakarta Selatan	1,574	4,532	6,106
Jakarta Timur	2,520	6,630	9,150
Kep. Seribu	363	-	363
JUMLAH	5,105	3,163	148,268

Sumber : Modifikasi <http://snmptn.or.id>

Karena demikian banyaknya pilihan perguruan tinggi, maka perlu dilakukan pemetaan dan menentukan kriteria tertentu untuk mengetahui faktor yang dijadikan dasar acuan dalam mengambil keputusan siswa SLTA masuk perguruan tinggi. Pada umumnya kriteria yang dipilih meliputi status akreditasi, citra, fasilitas fisik, biaya, mutu dosen, mutu lulusan, prospek, dan sebagainya. Dengan demikian, Jika melihat jumlah siswa sebagaimana tabel di atas, maka peluang dan kesempatan perguruan tinggi swasta menampung lulusan SLTA sangat tinggi.

Dari latar belakang dan informasi tersebut, maka penelitian ini mengkaji analisis faktor-faktor yang menjadi acuan siswa SLTA dalam memilih perguruan tinggi swasta di wilayah Jakarta Timur. Tujuannya untuk mengetahui berbagai faktor yang menjadi acuan siswa SLTA ketika masuk Perguruan Tinggi Swasta. Sedangkan manfaat yang diharapkan adalah bagi pengelola perguruan tinggi dapat mengetahui faktor-faktor yang menjadi acuan siswa SLTA dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta di Jakarta Timur, sehingga pemangku kepentingan dapat fokus pada hal-hal yang dianggap penting untuk dilakukan peningkatan infrastruktur maupun fasilitas lain.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, diperlukan landasan teori untuk menganalisis faktor-faktor yang menjadi acuan siswa SLTA dalam memilih perguruan tinggi swasta di

wilayah Jakarta Timur diataranya tentang persepsi konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan memilih dan membeli produk, perilaku keputusan dalam membeli.

Persepsi konsumen. Menurut Kotler (1997:78) persepsi adalah proses memilih, menata, menafsir stimuli yang dilakukan seseorang agar mempunyai arti tertentu. Preferensi akan membentuk sikap konsumen terhadap suatu obyek, yang pada gilirannya akan sikap ini seringkali secara langsung akan mempengaruhi apakah konsumen akan membeli suatu produk atau tidak.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan memilih dan membeli produk. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain (1) Faktor kebudayaan terdiri dari : sub budaya, kelas sosial. (2) Faktor pribadi terdiri dari : Usia, pekerjaan, ekonomi, gaya hidup dan kepribadian. (3) Faktor psikologis terdiri dari : motivasi, persepsi, belajar dan kepercayaan.

Sedangkan **Pelaku Pengambil Keputusan dalam Pembelian**, terdiri dari : *Initiator, Influencer, Gate keeper, decider, buyer, user*, dimana konsumen sebelum membuat keputusan maka perlu melakukan langkah-langkah yang umumnya dilakukan secara bertahap.

Perilaku Konsumen. Menurut Dharmmesta dan Handoko (2000:10) Perilaku konsumen (*consumer behavior*) adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa tersebut didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Sedangkan menurut Kottler dan Gary Armstrong (2001:219), terdapat tipe – tipe perilaku membeli berdasarkan tingkat keterlibatan pembeli dan tingkat perbedaan di antara berbagai merek, yang dijelaskan melalui Tabel 2. berikut :

Tabel 2. Tipe -Tipe Perilaku Konsumen

Perbedaan persepsi Perilaku Konsumen	Keterlibatan tinggi	Keterlibatan rendah
Perbedaan yang mendasar yang ada di	1) Perilaku membeli yang kompleks	2) Perilaku membeli yang mencari variasi

antara merk		
Sedikit perbedaan di antara merk yang ada	3) Perilaku membeli yang mengurangiketidakcocokan	4) Perilaku membeli karena kebiasaan

Sumber : Philip Kottler & Gary Armstrong (2001 : 221)

Perilaku membeli yang kompleks (*Complex buying behaviour*), konsumen akan terlibat ketika produknya mahal, beresiko, jarang dibeli, dan sangat menonjolkan ekspresi diri. Pembeli ini akan melalui proses belajar mengenai kategori produknya, sikap, kemudian membuat pilihan pembelian yang dipikirkan masak- masak. Sedangkan Perilaku membeli yang mencari variasi, konsumen menjalankan perilaku membeli dalam situasi yang bercirikan rendahnya keterlibatan konsumen namun perbedaan merek dianggap cukup berarti, sehingga konsumen seringkali berganti merek. Untuk perilaku membeli yang mengurangi ketidakcocokan (*Dissonance-reducing buying behaviour*), maka setelah pasca pembelian, konsumen dapat mengalami ketidakcocokan. Ketika konsumen menemukan kelemahan tertentu tentang merek yang dibeli atau mendengar hal – hal bagus mengenai merek lain yang tidak dibeli. Sedangkan perilaku membeli karena kebiasaan (*Habitual Buying Behaviour*), konsumen tidak mencari informasi secara ekstensif mengenai suatu merek, mengevaluasi sifat – sifat merek tersebut, dan mengambil keputusan yang berarti merek apa yang akan dibeli. Konsumen tidak membentuk sikap yang kuat terhadap suatu merek, konsumen memilih merek tersebut karena dikenal.

Kaitan teori tersebut dengan penelitian ini adalah bagaimana siswa sebagai konsumen memilih Perguruan Tinggi. Menurut Gunadi et al (2007 : 78), ada beberapa prinsip yang perlu diperhatikan dalam melakukan pemilihan perguruan tinggi agar yang dipilih tepat, yaitu : mencari informasi secara detil, mata kuliahnya, praktek lapangan, dosen, universitasnya, komunitas sosialnya, kegiatan kampusnya, biaya, alternative profesi kerja, kualitas alumninya, dan lain-lain. Menyesuaikan cita-cita anak, karena setiap anak mempunyai cita-cita dan pembiayaan kuliah terjangkau atau tidak merupakan salah satu pertimbangan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang menjadi acuan siswa SLTA memilih PTS adalah : (1) Menyesuaikan cita-cita, minat dan bakat, (2) Informasi yang sempurna, (3) Lokasi dan biaya, (4) Daya tampung jurusan / peluang diterima, (5)Masa depan karir dan pekerjaan, (6) Fasilitas kampus, (7) Kegiatan

mahasiswa, seperti kegiatan ekstra kurikuler yaitu Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM), (7) Akreditasi, (8) Reputasi atau citra.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini bersifat eksplorasi (*explanatory research*) yang dilakukan di Wilayah Jakarta Timur pada bulan Maret sampai dengan Juni 2013. Lokasi tersebut dipilih, karena mudah dijangkau dan mudah dalam mendapatkan responden sebagai objek penelitian.

Populasi diambil berdasarkan jarak SLTA dari lokasi peneliti yaitu di 3-5 km sebanyak 10 SLTA terdiri dari SMK 48, SMA Budaya, SMA Cahaya Sakti, SMA Negeri 44, SMA Negeri 103, SMA PR 2, SMA Negeri 100, SMA BPSK, SMA Muhammadiyah 23 dan SMA Negeri 107. Sedangkan teknik penentuan sampel ditetapkan baik secara unit maupun observasi berdasarkan *quota sampling* yaitu setiap SLTA diambil 50 siswa, selanjutnya agar sampel lebih representative diambil dari kelompok IPS sebanyak 25 siswa, dan IPA 25 siswa. Sehingga total sampel dari 10 SLTA sebanyak 500 siswa dengan teknik pengambilan sampel secara acak sederhana yaitu setiap kelompok IPA maupun IPS yang jumlahnya diatas 25 siswa dilakukan dengan sistem undian. Jika siswa yang namanya keluar, tidak bersedia menjadi responden karena alasan seperti setelah lulus SLTA tidak akan kuliah, maka dilakukan pengundian kembali. Hal ini dilakukan sama untuk setiap SLTA, dari 10 SLTA setiap kelompok tidak ditemukan jumlah siswanya kurang dari 25 orang. Untuk tehnik pengumpulan data menggunakan daftar pertanyaan. Kuesioner yang dibagikan merupakan kuesioner tertutup berupa pernyataan dalam bentuk skala. Metode skala pernyataan sikap yang digunakan adalah skala Likert (1= sangat tidak penting sampai 4= sangat penting).

Sedangkan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor yaitu analisis statistika yang bertujuan untuk mereduksi dimensi data dengan cara menyatakan variabel asal sebagai kombinasi linear sejumlah faktor, sedemikian hingga sejumlah faktor tersebut mampu menjelaskan sebesar mungkin keragaman data yang dijelaskan oleh variabel asal.

Model analisis faktor tersebut adalah sebagai berikut:

$$\begin{array}{c}
 \begin{bmatrix} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \\ \dots \\ X_p \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} c_{11} & c_{12} & c_{13} & \dots & c_{1m} \\ c_{21} & c_{22} & c_{23} & \dots & c_{2m} \\ c_{31} & c_{32} & c_{33} & \dots & c_{3m} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ c_{p1} & c_{p2} & c_{p3} & \dots & c_{pm} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} F_1 \\ F_2 \\ F_3 \\ \dots \\ F_m \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} \varepsilon_1 \\ \varepsilon_2 \\ \varepsilon_3 \\ \dots \\ \varepsilon_p \end{bmatrix} \\
 (p \times 1) \qquad \qquad (p \times m) \qquad \qquad \qquad (m \times 1)
 \end{array}$$

X_1, X_2, \dots, X_p adalah variabel asal

F_1, F_2, \dots, F_m adalah faktor bersama (*common faktor*)

c_{ij} adalah bobot (*loading*) dari variabel asal ke- i pada faktor ke- j . Proses analisis faktor yaitu memilih variabel yang layak dimasukkan dalam analisis faktor. Oleh karena analisis faktor berupaya mengelompokkan sejumlah variabel maka seharusnya ada korelasi yang cukup kuat di antara variabel, sehingga akan terjadi pengelompokan. Jika sebuah variabel atau lebih berkorelasi lemah dengan variabel lainnya, maka variabel tersebut akan dikeluarkan dari analisis faktor. Jika dari 23 variabel, ditemukan tidak berkorelasi, maka dalam seleksi ada satu atau lebih variabel yang gugur. Alat seperti MSA atau *Barlett's Test* dapat digunakan untuk keperluan ini. Setelah sejumlah variabel terpilih, maka dilakukan ekstraksi variabel tersebut hingga menjadi satu atau beberapa faktor. Beberapa metode pencarian faktor yang populer adalah *principal Componen* dan *Maksimum Likelihood*.

HASIL PENELITIAN

Untuk mengidentifikasi faktor – faktor yang secara substantive bermakna dalam arti bahwa faktor-faktor tersebut meringkas variabel – variabel yang diukur menjadi variabel – variabel yang lebih sedikit jumlahnya, maka dengan instrumen sebanyak 23 variabel independen dianalisis dengan analisis faktor dengan bantuan SPSS 18 dengan hasil sebagai berikut :

1. Hasil Kaiser Meyer Olkin (KMO) dan Bartlett's Test.

Uji KMO bertujuan untuk mengetahui apakah semua data yang telah terambil telah cukup untuk difaktorkan. Hipotesis dari KMO adalah sebagai berikut :

H_0 : Jumlah data cukup untuk difaktorkan

H_1 : Jumlah data tidak cukup untuk difaktorkan

Apabila nilai KMO lebih besar dari 0,5 maka terima H_0 sehingga dapat disimpulkan jumlah data telah cukup difaktorkan.

Tabel 3. KMO and *Bartlett's Test*

<i>Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy.</i>		.818
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	2432.683
	df	253
	Sig.	.000

Sumber : data kuesionder diolah 2013

Berdasarkan hasil uji KMO dan *bartlett's test of Sphericity* pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai KMO sebesar 0.818 dengan tingkat signifikansi 0.000 jauh di bawah nilai alpha 0.5 ($0.00 < 0.5$) artinya seluruh variabel dapat dilanjutkan untuk di analisis menggunakan analisis faktor.

2. *Communalities*

Communalities merupakan jumlah varian dari suatu variabel yang dapat dijelaskan oleh faktor yang ada pada Tabel 4.

Tabel 4. *Communalities*

No.	Variabel	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>
1	Jurusan sesuai dengan cita-cita-X1	1.000	.577
2	Jurusan sesuai minat dan bakat-X2	1.000	.669
3	Jurusan banyak diminati-X3	1.000	.486
4	Promosi kampus menarik-X4	1.000	.508
5	Informasi kampus melalui browsing internet-X5	1.000	.507
6	Informasi direct line-X6	1.000	.549
7	Rekomendasi Orang tua-X7	1.000	.421
8	Lokasi Kampus mudah dijangkau-X8	1.000	.543
9	Biaya kuliah terjangkau-X9	1.000	.710
10	Biaya kuliah dapat dicicil-X10	1.000	.711
11	Setelah lulus mudah mendapat pekerjaan-X11	1.000	.452
12	Tersedia fasilitas olah raga/Laboran-X12	1.000	.571
13	Tersedia beasiswa-X13	1.000	.543

14	Tersedia kegiatan ekstrakurikuler-X14	1.000	.543
15	Jurusan terakreditasi-X15	1.000	.674
16	Ada hubungan kerjasama dengan perusahaan-X16	1.000	.550
17	Nama baik dan prestasi kampus-X17	1.000	.598
18	Kualitas dosen dan perkuliahan-X18	1.000	.475
19	Komunitas alumni solid-X19	1.000	.598
20	Banyak teman kampus-X20	1.000	.598
21	Komunitas lingkungan kampus solid-X21	1.000	.471
22	Pendaftaran masuk yang mudah-X22	1.000	.551
23	Metode pembelajaran/jadwal kuliah-X23	1.000	.619

Sumber : data kuesioner di olah 2013

Communalities menunjukkan nilai faktor yang menjelaskan varian variabel. Nilai yang ada pada communalities seluruh variabel menunjukkan nilai positif dan dipastikan jika hasil *extraction* negatif otomatis akan dikeluarkan. Karena seluruh nilai variabel positif artinya variabel ini yang akan membentuk beberapa faktor.

3. Total Variance Explained

Tabel 5. Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings			
	Total	Variance	Percentage %	Total	Variance	Percentage %	Total	Variance	Percentage %	
dimensi	1	5.078	22.076	22.076	5.078	22.076	22.076	2.191	9.526	9.526
	2	1.628	7.080	29.156	1.628	7.080	29.156	2.089	9.085	18.610
	3	1.536	6.678	35.834	1.536	6.678	35.834	1.862	8.097	26.708
	4	1.365	5.936	41.770	1.365	5.936	41.770	1.720	7.478	34.185
	5	1.181	5.135	46.905	1.181	5.135	46.905	1.698	7.382	41.567
	6	1.113	4.839	51.743	1.113	4.839	51.743	1.684	7.322	48.889
	7	1.022	4.445	56.188	1.022	4.445	56.188	1.679	7.299	56.188
	8	.951	4.136	60.324						
	9	.916	3.982	64.306						

10	.865	3.762	68.068						
11	.786	3.419	71.487						
12	.757	3.291	74.778						
13	.709	3.083	77.861						
14	.697	3.029	80.890						
15	.638	2.773	83.663						
16	.578	2.512	86.175						
17	.548	2.385	88.560						
18	.527	2.289	90.849						
19	.500	2.176	93.025						
20	.458	1.993	95.018						
21	.418	1.818	96.836						
22	.389	1.692	98.528						
23	.339	1.472	100.000						

Sumber : data kuesioner diolah 2013

Tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat 7 faktor terbentuk. Ketujuh factor tersebut jika diamati memiliki nilai *eigen value* di atas 1, artinya dari 23 variabel yang di analisis telah membentuk kelompok menjadi 7 faktor.

4. Scree Plots

Scree Plots menunjukkan jumlah faktor yang terbentuk, dengan kemiringan hampir sama. Ada 7 titik yang memiliki kemiringan yang berbeda atau nilainya ≥ 1 . Dari 23 variabel memiliki kemiringan hampir sama atau nilainya di bawah 1 sebanyak 16 variabel.

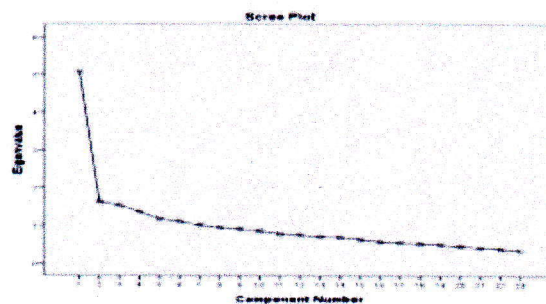


Figure 1. Scree Plot

5. Penamaan Faktor

Dari 23 variabel yang diteliti dapat di reduksi menjadi 7 Faktor untuk diberikan nama sesuai interpretasi dengan acuan pengelompokkan variabel tersebut. Nama faktor tidak ada aturan secara tegas karena dalam satu kelompok faktor akan keluar berdasarkan hasil olah SPSS, oleh karena itu dimungkinkan variabel bisa saling berbeda. Sehingga nama faktor cenderung subyektif.

Tabel 6. Pembentukan Faktor

No.	Komponen variable	Penamaan Faktor terbentuk	<i>Eigen Value</i>	<i>Loading Faktor</i>
1	Jurusan terakreditasi-X15	Faktor 1 Reputasi dan Prestasi Kampus	2.473	.761
2	Tersedia kegiatan ekstrakurikuler-X14			.609
3	Tersedia fasilitas olah raga/Laboran-X12			.576
4	Nama baik dan prestasi kampus-X17			.527
5	Biaya kuliah terjangkau-X9	Faktor 2 Biaya kuliah terjangkau	2.252	.817
6	Biaya kuliah dapat dicicil-X10			.790
7	Lokasi Kampus mudah dijangkau-X8			.645
8	Metode pembelajaran/jadwal kuliah-X23	Faktor 3 Pelayanan yang baik	1.866	.723
9	Rekomendasi Orang tua-X7			.590
10	Pendaftaran masuk yang mudah-X22			.553
11	Informasi direct line-X6	Faktor 4 Kemudahan akses informasi dengan baik	2.150	.707
12	Promosi kampus menarik-X4			.646
13	Jurusan banyak diminati-X3			.420
14	Ada hubungan kerjasama dengan perusahaan-X16			.377
15	Jurusan sesuai minat dan bakat-X2	Faktor 5 Jurusan sesuai yang diinginkan	1.516	.776
16	Jurusan sesuai dengan cita-cita-X1			.740
17	Banyak teman kampus-X20	Faktor 6 Komunitas kampus yang solid	1.789	.643
18	Komunitas alumni solid-X19			.573
19	Komunitas lingkungan kampus solid-X21			.573
20	Tersedia beasiswa-X13	Faktor 7 Kualitas informasi akademik dan mudah mendapat pekerjaan	2.019	.676
21	Informasi kampus melalui browsing internet-X5			.485
22	Kualitas dosen dan perkuliahan-X18			.445
23	Setelah lulus mudah mendapat pekerjaan-X11			.413

Sumber : kuesioner diolah SPSS18 2013

Faktor 1 : Reputasi dan Prestasi Kampus, terdiri dari variabel : jurusan yang terakreditasi (x15) nilai *faktor loading* 0.761, Nama baik dan prestasi kampus (x17) nilai *faktor loading* 0.527, Prestasi kegiatan ekstrakurikuler mahasiswa (x14) nilai *faktor*

loading 0.609, Tersedia fasilitas olah raga yang memadai (x12) nilai *faktor loading* 0.576. Faktor ini terbentuk atas dasar nilai *eigen value* yaitu (2.473). Makna hasil analisis menggambarkan : responden/siswa SLTA ketika akan memilih kampus sebagai tempat kuliah selalu mempertimbangkan kampus yang memiliki **reputasi dan prestasi kampus yang baik**.

Faktor 2 : Biaya kuliah terjangkau, terdiri dari variabel : biaya kuliah terjangkau (x9) nilai *faktor loading* 0.817, Biaya kuliah dapat dicicil (x10) nilai *faktor loading* 0.790, Lokasi Kampus mudah dijangkau (x8) nilai *faktor loading* 0.645, Faktor ini terbentuk atas dasar nilai *eigen value* yaitu (2.252). Makna hasil analisis menggambarkan: responden/siswa SLTA ketika akan memilih kampus sebagai tempat kuliah juga mempertimbangkan kampus yang memiliki **biaya kuliah terjangkau**.

Faktor 3 : Pelayanan yang baik, terdiri dari variabel : metode pembelajaran dan jadwal (x23) nilai *faktor loading* 0.723, Rekomendasi orang tua (x7) nilai *faktor loading* 0.590, Kemudahan pendaftaran masuk (x22) nilai *faktor loading* 0.553. Faktor ini terbentuk atas dasar nilai *eigen value* sebesar yaitu (1.866). Makna hasil analisis menggambarkan : responden/siswa SLTA ketika akan memilih kampus sebagai tempat kuliah selalu mempertimbangkan kampus yang memiliki **pelayanan yang baik**.

Faktor 4 : Kemudahan akses informasi dengan baik, terdiri dari variabel: informasi *direct line* (x6) nilai *faktor loading* 0.707, Promosi kampus yang menarik (x4) nilai *faktor loading* 0.646, Jurusan banyak diminati (x3) nilai *faktor loading* 0.420, Kerjasama dengan perusahaan (x16) nilai *faktor loading* 0.377. Faktor ini terbentuk atas dasar nilai *eigen value* sebesar yaitu (2.150). Makna hasil analisis menggambarkan responden/siswa SLTA ketika akan memilih kampus sebagai tempat kuliah selalu mempertimbangkan kampus yang memiliki **kemudahan akses informasi dengan baik**.

Faktor 5 : Jurusan sesuai yang diinginkan, terdiri dari variable : jurusan sesuai dengan minat dan bakat (x2) nilai *faktor loading* 0.776, Jurusan sesuai dengan cita-cita (x1) nilai *faktor loading* 0.740. Faktor ini terbentuk atas dasar nilai *eigen value* sebesar

yaitu (1.516). Makna hasil analisis menggambarkan responden/siswa SLTA ketika akan memilih kampus sebagai tempat kuliah selalu mempertimbangkan kampus yang memiliki **jurusan sesuai yang diinginkan**.

Faktor 6 : Komunitas kampus yang solid, terdiri dari variabel : banyaknya teman kampus (x20) nilai *faktor loading* 0.643, Komunitas alumni yang solid (x19) nilai *faktor loading* 0.573, Komunitas lingkungan kampus/ekstrakurikuler mahasiswa (x21) nilai *faktor loading* 0.573. Faktor ini terbentuk atas dasar nilai *eigen value* sebesar yaitu (1.789). Makna hasil analisis menggambarkan responden/siswa SLTA ketika akan memilih kampus sebagai tempat kuliah selalu mempertimbangkan kampus yang memiliki **komunitas kampus yang solid**.

Faktor 7 : Kualitas informasi akademik yang baik, terdiri dari variabel : tersedia beasiswa (x13) nilai *faktor loading* 0.676, Tersedia akses internet (x5) nilai *faktor loading* 0.485, Kualitas pendidikan dosen (x18) nilai *faktor loading* 0.445, Setelah lulus mudah mendapatkan pekerjaan (x11) nilai *faktor loading* 0.413. Faktor ini terbentuk atas dasar nilai *eigen value* sebesar yaitu (2.019). Makna hasil analisis menggambarkan : responden/siswa SLTA ketika akan memilih kampus sebagai tempat kuliah selalu mempertimbangkan kampus yang memiliki **kualitas informasi akademiki yang baik**.

6. Component Transformation Matrix

Tabel 7. Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5	6	7
1	.487	.405	.414	.336	.272	.352	.341
2	.195	.174	-.222	-.472	.542	-.502	.336
3	-.422	.854	-.123	-.078	-.264	-.005	.030
4	-.418	.056	-.025	.458	.687	-.068	-.368
5	.041	-.079	-.779	.426	-.041	.168	.417
6	-.591	-.254	.360	.009	.030	.000	.676
7	-.144	-.044	-.168	-.516	.297	.769	-.060

Dari tabel 9 di atas *component transformation matrix*, dapat di jelaskan bahwa terdapat tiga faktor yang memiliki korelasi positif dan cukup kuat, sedangkan terdapat empat

faktor yang memiliki nilai negative dan tidak ada korelasi. Hal ini dapat dijelaskan bahwa korelasi negative bukan berarti tidak memiliki korelasi antar variabel namun hal ini disebabkan karena jawaban responden yang berbeda-beda.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari data 23 variabel, memenuhi uji asumsi kecukupan data yang ditunjukkan dengan nilai KMO 0.818% dan uji asumsi yang ditunjukkan Bartlett's test dengan nilai Sig. 0.000.
2. Faktor umum yang terbentuk sebanyak 7 faktor, hasil ini diperoleh dari nilai eigenvalue lebih besar > 1. Diperoleh juga dari eigenvalue yang digambarkan pada scree plot ada 7 komponen.
3. Variabel-variabel yang masuk faktor 1 (**reputasi dan prestasi kampus**) adalah : jurusan yang terakreditasi, nama baik kampus, prestasi kegiatan ekstrakurikuler mahasiswa, tersedia fasilitas olah raga yang memadai. Faktor ini terbentuk atas dasar nilai *eigen value* paling tinggi yaitu (5.078).
4. Variabel-variabel yang masuk pada faktor 2 (**biaya kuliah terjangkau**) adalah : biaya kuliah terjangkau, biaya kuliah dapat dicicil, lokasi kampus mudah dijangkau. Faktor ini terbentuk atas dasar nilai *eigen value* paling tinggi yaitu (1.628).
5. Variabel-variabel yang masuk pada Faktor 3 (**pelayanan yang baik**) terdiri dari : metode pembelajaran dan jadwal, rekomendasi orang tua, kemudahan pendaftaran. Faktor ini terbentuk atas dasar nilai *eigen value* sebesar yaitu (1.536).
6. Variabel-variabel yang masuk pada Faktor 4 (**kemudahan akses informasi**) terdiri dari: informasi *direct line* , promosi kampus yang , jurusan banyak diminati, kerjasama dengan perusahaan. Faktor ini terbentuk atas dasar nilai *eigen value* sebesar yaitu (1.365).
7. Secara umum faktor 5 (**jurusan sesuai yang diinginkan**) terdiri dari : jurusan sesuai dengan minat, jurusan yang mendukung bakat, jurusan sesuai dengan cita-cita. Faktor ini terbentuk atas dasar nilai *eigen value* sebesar yaitu (1.181).
8. Secara umum faktor 6 (**komunitas kampus yang solid**) terdiri dari : banyaknya teman kampus, komunitas alumni yang solid, komunitas lingkungan kampus/ekstrakurikuler mahasiswa, Faktor ini terbentuk atas dasar nilai *eigen value* sebesar yaitu (1.113).

9. Secara umum faktor 7 (**kualitas informasi akademik**) terdiri dari : tersedia beasiswa, tersedia akses internet, kualitas pendidikan dosen, setelah lulus mudah mendapatkan pekerjaan. Faktor ini terbentuk atas dasar nilai *eigen value* sebesar yaitu (1.022)

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka kami saran bahwa :

1. Sebaiknya pengelola kampus/manajemen memperhatikan faktor-faktor utama yang menjadi acuan siswa SLTA ketika akan memilih perguruan tinggi swasta sebagai pilihan tempat kuliah yaitu faktor 1 Perguruan Tinggi Swastra perlu membangun reputasi dengan nilai akreditasi A dan Prestasi Kampus melalui kegiatan ilmiah maupun kegiatan mahasiswa sampai tingkat Nasional maupun Internasional.
2. Perguruan Tinggi Swasta perlu melakukan *benchmark* tentang reputasi dan prestasi kampus, biaya kuliah yang sesuai dengan pangsa pasar sasaran, pelayanan, akses informasi yang mudah, studi tentang prodi yang banyak diminati calon mahasiswa, membentuk komunitas kampus yang baik, sehingga dalam membidik calon mahasiswa akan tepat sasaran.
3. Agar mampu bertahan di saat persaingan yang semakin ketat, Perguruan Tinggi Swasta harus melakukan pendekatan strategi dan terobosan baru seperti membuka kampus dengan program studi yang sesuai dengan permintaan masyarakat (calon mahasiswa)

DAFTAR PUSTAKA

Assael dalam Asodik 1995, Perilaku Konsumen, CV. Cetak Buana, Jogjakarta

Aiken, 1997, Aplikasi dan Penerapan Analisa Faktor, Jakarta.

Dharmmesta dan Handoko, 2000, Proses pengambilan Keputusan, PT. Grasindo Jakarta.

Kartajaya, Hermawan, 2002, *Hermawan Kartajaya On Marketing*, P.T. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001, *Principles of Marketing*, diterjemahkan oleh Damos Sihombing M.B.A, Edisi 8, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

Kerlinger, 1990, Konsep dan Aplikasi Analisa Faktor, Jakarta

Muzafer Sherif, 1998, Perilaku Konsumen dalam Memilih Barang atau Jasa, Oklahima University.

- Mowen, John.C dan Michael Minor, 2002, *Consumer Behaviour*, diterjemahkan oleh Lina Salim, Edisi 5, Erlangga, Jakarta.
- Ndara, Taliziduhu, 1998, *Manajemen Perguruan Tinggi*, Bina Aksara, Jakarta
- Panter dkk, 1997, Tujuan dan Kegunaan Analisis Faktor, Bandung
- Rangkuti, Fredy, 2002, *Create Effective Marketing Plan, Teknik Membuat Rencana Pemasaran Berdasarkan Nilai Konsumen dan Analisis Kasus*, P.T. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ridwan, 2003, *Dasar – dasar Statistika*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2002, Metode Penelitian Bisnis, Alfabeta Bandung
- Santoso, Singgih, 2000, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, P.T. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2001, *Strategi Pemasaran*, ANDI, Yogyakarta.
- Umar, Husein, 2003, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- <http://statistikceria.blogspot.com/2013/03/teori-analisis-faktor-faktor-analysis.html>
- <http://library.usu.ac.id/download/fe/manajemen-hamidah.pdf>
- <http://organisasi.org/perilaku-konsumen-ringkasan-rangkuman-resume-mata-kuliah-ekonomi-manajemen>
- <http://www.scribd.com/doc/32519635/model-perilaku-pembelian-konsumen-serta-perilaku-pembelian-industrial>
- <http://www.scribd.com/doc/33002909/Resume-Bahan-Manajemen-Pemasaran-1-9>
- http://elearning.gunadarma.ac.id/docmodul/pemasaran/Bab_4.pdf
- http://endahmastuti-fpsi.web.unair.ac.id/artikel_detail-41053-Psikometri-Analisa%20Faktor.html