

**Analisis Faktor Keputusan Mahasiswa Memilih Belajar
di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada**

Deddy Wibowo Adhinugroho

deddy_wibowo_adhinugroho@fe.unsada.ac.id

Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada (FE Unsada) adalah unit lembaga pendidikan tinggi yang bertujuan untuk mempersiapkan tenaga terampil profesional terdidik di bidang ekonomi, bisnis dan akuntansi, dengan secara khusus menambahkan pengetahuan manajemen gaya Jepang sebagai referensi dari negara maju di bidang ekonomi, industri dan teknologi, yang diharapkan dapat memberikan ciri khusus dan nilai tambah dalam pembelajarannya untuk menarik minat mahasiswa, berbanding dengan yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan tinggi sejenis lainnya sebagai kompetitor.

Namun dalam perkembangannya selama dua tahun terakhir (2018-2020) justru terjadi penurunan jumlah mahasiswa yang berminat belajar di FE Unsada. Maka melalui penelitian ini diharapkan dapat mengetahui dan mengukur faktor-faktor dominan apa saja yang menjadi pertimbangan mahasiswa memilih belajar di FE Unsada, sehingga dapat dilakukan antisipasi penurunan jumlah mahasiswa lebih lanjut dan mengembalikan peningkatan minat melalui program strategi yang menarik dan menjawab kebutuhan serta harapan mahasiswa.

Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif, analisis faktor melalui serangkaian uji validitas dan uji nilai secara statistik, menggunakan teknik kuesioner dengan sampel acak terhadap 126 mahasiswa FE Unsada angkatan 2016-2020, dimana dari hasil penelitian tersebut menemukan bahwa terdapat tiga faktor utama yang membentuk pilihan mahasiswa untuk belajar di FE Unsada, yaitu: 1.Faktor Reputasi Kampus (36,49%), 2.Pengaruh Lingkungan (12,12%), 3.Status Sosial-ekonomi (9,72%).

Kata Kunci : Analisis faktor; Keputusan pemilihan belajar; Perilaku Konsumen.

ABSTRACT

The Faculty of Economics, Darma Persada University (FE Unsada) is higher education institution's unit, that aims to prepare skilled professionals educated in the fields of economics, business and accounting, by specifically adding Japanese-style management knowledge as a reference from developed countries in the fields of economy, industry and technology, which is expected to provide special characteristics and added

value in learning to attract students' interest, compared to those offered by other similar higher education institutions as competitors.

However, in its progress over the last two years (2018-2020), there has been a decrease in the number of students who are interested in studying at FE Unsada. So, through this research, it is expected to be able to find out and measure the dominant factors that are taken into consideration by students choosing to study at FE Unsada, so that further anticipation can be done to decrease the number of students and restore increased interest of students through attractive strategy programs and answer the needs and expectations of students.

This research was conducted with a quantitative descriptive method, factor analysis through a series of statistical validity tests and values tests, using a questionnaire technique with a random sample of 126 students of FE Unsada class 2016-2020, where from the results of the study it was found that there were three main factors that formed the choice of students to study at FE Unsada, namely: 1. Campus Reputation (36.49%), 2. Social Environment Influences (12.12%), 3. Socio-economic Status (9.72%).

Keywords : *Factor analysis; Student intention; Economic Faculty; Consumer Behavior.*

PENDAHULUAN

Universitas sebagai lembaga pendidikan tinggi formal selalu menjadi harapan bagi masyarakat sebagai salah satu tempat penyelenggaraan proses pembelajaran, pendidikan, dan transfer ilmu pengetahuan dalam rangka membentuk serta menghasilkan para intelektual dan professional yang dapat berkarya mandiri dan berkontribusi bagi lingkungannya pada bidangnya masing-masing.

Di era globalisasi dan keterbukaan informasi saat ini, di mana dunia menjadi semakin tanpa batas serta akses terhadap informasi, ilmu pengetahuan, teknologi semakin mudah terbuka luas dan beragam, membuat tantangan persaingan lembaga universitas baik dengan sesama lembaga pendidikan formal maupun informal, menjadi semakin ketat untuk selalu dituntut lebih kreatif dan inovatif lagi meningkatkan kompetensi dalam menjalankan fungsinya, juga selalu memperbaharui metode dan materi pembelajarannya mengikuti modernisasi perkembangan jaman, agar lembaganya dapat tetap relevan menjadi referensi tempat pendidikan bagi masyarakat atau mahasiswa.

Universitas Darma Persada telah berusaha menghadirkan deferensiasi yang menjadi pembeda sekaligus keunggulan kompetitif yang tidak dimiliki oleh universitas lainnya dalam menjawab tantangan persaingan tersebut, melalui Visinya :

“Menjadi Universitas terkemuka di Indonesia dengan keunggulan dalam aspek budaya yang diperkaya dengan Monozukuri serta memberi kontribusi berarti bagi pembangunan bangsa dan negara”.

Melalui penerapan pembelajaran di setiap fakultas, termasuk Fakultas Ekonomi, mengenai materi : *Monozukuri Tetsugaku* (Budaya kreatif dalam menciptakan produk), *Sangyo Spirit* (Semangat industri), *Kigyoka* (Entrepreneurship), Trilingual (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Jepang).

Namun dalam perkembangan dua tahun terakhir tercatat penurunan jumlah mahasiswa yang berminat untuk mendaftarkan diri belajar di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada (FE Unsada), menjadikan fenomena tersebut sebagai latar belakang penelitian ini untuk mengidentifikasi dan mengukur faktor-faktor keputusan mahasiswa dalam mempertimbangkan dan memilih lembaga perguruan tinggi untuk belajar.

Berikut adalah tabel informasi jumlah mahasiswa baru FE Unsada pada masing-masing bidang studi manajemen dan akuntansi dalam kurun waktu lima tahun terakhir (2016-2020)

Tabel 1. Data Jumlah Penerimaan Mahasiswa FE Unsada

Tahun Akademik	Jumlah Mahasiswa Baru FE Unsada		Total Jumlah Mahasiswa
	Manajemen	Akuntansi	
2016	281	149	430
2017	296	177	473
2018	360	194	554
2019	254	120	374
2020	175	78	253
			2084

Sumber: portal.unsada.ac.id

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengukur dan menganalisa faktor-faktor apa saja yang dominan pada keputusan mahasiswa untuk memilih belajar di Fakultas Ekonomi Unsada sebagai tempat melanjutkan studi, sekaligus memberikan informasi kepada pengelola Universitas Darma Persada, khususnya Fakultas Ekonomi dalam upayanya untuk menjawab kebutuhan masyarakat dan terus memperbaiki serta meningkatkan kualitas penyelenggaraan pendidikan tinggi.

LANDASAN TEORI

Universitas adalah sebuah lembaga yang menjadi institusi penyelenggaraan pendidikan tinggi yang memberikan pengajaran nonvokasi dan memiliki kewenangan dalam memberikan gelar (Oxford English Dictionary, 2010), sedangkan menurut Peraturan Pemerintah No.30 th 1990, Universitas atau Perguruan Tinggi adalah organisasi satuan pendidikan, yang menyelenggarakan pendidikan di jenjang pendidikan tinggi, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Sebagai salah satu lembaga

penyelenggaraan jasa pendidikan, maka Universitas menawarkan kepada masyarakat suatu produk yang bersifat intangible (tidak berwujud fisik), dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Kotler & Keller, 2012).

Mahasiswa sebagai konsumen dari lembaga penyelenggaraan pendidikan tinggi memiliki kecenderungan perilaku dalam memilih tempat untuk menuntut ilmu. Perilaku konsumen mencakup semua aktivitas yang terkait dengan pembelian, penggunaan, dan pembuangan barang dan jasa, termasuk respon emosional, mental, dan respon perilaku yang mendahului atau mengikuti aktivitas tersebut (Kardes, F, Cronley, M. and Cline, T.,2011). John Dewey (1910) pertama kali mengemukakan bahwa dalam melakukan suatu keputusan pembelian biasanya setiap konsumen akan melalui lima tahapan sebagai berikut :

1. Pengenalan Masalah. Konsumen mengenali apa masalah atau kebutuhannya dan mengidentifikasi produk atau jenis produk yang dibutuhkan. (Kottler, 2002)
2. Pencarian Informasi. Konsumen mencari informasi mengenai produk yang dapat memuaskan kebutuhan yang sudah teridentifikasi. (Kottler, 2002)
3. Mengevaluasi Alternatif. Konsumen mengevaluasi seluruh alternatif yang didapat dari hasil pencarian informasi yang mengungkapkan berbagai informasi tentang produk dan memahami produk apa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. (Kottler, 2002)
4. Keputusan Pembelian. Setelah mengevaluasi seluruh alternatif, konsumen kemudian membentuk preferensi di antara kumpulan pilihan produk yang menimbulkan niat untuk membeli produk yang disukai, dimana akan terdapat dua faktor yang bisa mempengaruhi di antara niat pembelian (*purchase intention*) dengan keputusan pembelian (*purchase decision*), yaitu faktor sikap orang lain (*attitude of others*) dan faktor situasional tak terduga (*unanticipated situation*). (Kottler,2002)
5. Perilaku Pasca Pembelian. Setelah melakukan keputusan pembelian, konsumen akan mengalami beberapa tingkatan kepuasan atau ketidakpuasan, sehingga pemasar harus terus memantau dan menjaga tingkat kepuasan pasca pembelian, sikap tindakan pasca pembelian, pola penggunaan produk pasca pembelian. (Kottler, 2002)

Konseptual model dari David W. Chapman (1981) yang dikutip oleh Roslyn Louise Kelly Beswick (1989) dan Joseph Sia Kee Ming (2010), mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menetapkan pilihan untuk belajar di Fakultas Ekonomi Unsada adalah sebagai berikut :

Student Characteristic

1. *Socio-Economic Status* (Status sosial ekonomi), Roslyn L.K Beswick (1989) dalam penelitiannya menemukan bahwa status latar belakang pendidikan dan pendapatan dari orang tua atau keluarga mempengaruhi harapan dan kesempatan pendidikan bagi mahasiswa dalam keluarganya. Menjelaskan bahwa latar belakang besaran pendapatan, kondisi ekonomi, dan latar belakang pendidikan orang tua dan

keluarga mahasiswa turut mempengaruhi berbagai pertimbangan mahasiswa dalam pilihan melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi.

2. *Aptitude* (Kesesuaian bakat), Menurut Hossler (1984), mahasiswa yang sadar akan bakat dan kemampuannya pada pencapaian keberhasilan akademik dalam menempuh pendidikan tinggi, cenderung akan memilih untuk berusaha melanjutkan pendidikannya ke pendidikan tinggi lanjutan. Dimana Manski & Wise (1983) berpendapat bahwa seleksi mandiri (self-selection) dari individu itu sendirilah yang akan memainkan peranan penting dalam kecenderungan pada proses keputusan mendaftar di perguruan tinggi. Menjelaskan bahwa keputusan mahasiswa dalam memilih melanjutkan perguruan tinggi akan cenderung pada kesadaran dan kesesuaian dengan bakat dan potensi yang dimiliki oleh masing-masing mahasiswa.
3. *Level of Education Aspiration* (Tingkatan aspirasi pendidikan). Carpenter dan Fleishman (1987), Gilmour, et al (1981) dan Jackson (1978), menemukan bahwa antara aspirasi bidang pendidikan dan pembelajaran mahasiswa yang biasanya berkaitan dengan cita-cita dan rencana karir mahasiswa, terdapat hubungan positif dengan tingkat partisipasi dan keinginan mahasiswa dalam mendaftar ke perguruan tinggi. Menjelaskan bahwa proses pemilihan belajar di perguruan tinggi akan menyesuaikan pada aspirasi dan cita-cita yang diharapkan oleh para mahasiswa untuk karir profesionalnya di masa depan.
4. *High School Performance* (Performa dimasa sekolah menengah). Dalam penelitiannya, Borus (1993) mengungkapkan bahwa aktivitas dan prestasi mahasiswa pada masa di sekolah menengah merupakan prediktor positif dari kecenderungan mahasiswa pada saat menjalani perkuliahan. Sehingga dapat dikaitkan antara prestasi sukses mahasiswa dalam kegiatan pembelajaran semasa di sekolah menengah terkait dengan kecenderungan prestasi pada saat kuliah di perguruan tinggi (Hossler & Gallagher, 1987; Manski & Wise, 1993). Menjelaskan bahwa pemilihan belajar di perguruan tinggi cenderung mengukur dan mempertimbangkan pada kemampuan dan keberlanjutan yang setara dengan pencapaian prestasi yang pernah didapat oleh para mahasiswa pada masa sekolah menengah.

External Influences

5. *Friends attending colleges* (Pengaruh teman sesama pendaftar Universitas). Dalam penelitiannya, Kohn, Manski & Mundel (1976), dan Manski & Wise (1983), menyatakan bahwa terdapat efek pengaruh teman sebaya terhadap kecenderungan mahasiswa dalam memilih dan mendaftar ke perguruan tinggi, dimana semakin besar jumlah proporsi dari rencana teman-teman sebaya dalam menentukan pilihan mendaftar ke perguruan tinggi, maka semakin besar pula kemungkinan mahasiswa tersebut membuat pilihan yang sama. Menjelaskan bahwa kebersamaan dengan teman-teman sekolah turut mempengaruhi para mahasiswa dalam mempertimbangkan melanjutkan belajar ke perguruan tinggi.

6. *Influence of parents* (Pengaruh saran orang tua). Baharun (2006) menyatakan bahwa saran dan rekomendasi dari keluarga adalah faktor yang paling penting dan utama bagi mahasiswa, dimana saran dari teman-teman menduduki peringkat kedua yang memberikan pengaruh dan dampak pada pilihan perguruan tinggi oleh mahasiswa. Menjelaskan bahwa pendapat orang tua dan keluarga terdekat menjadi pertimbangan utama dan sangat berpengaruh dalam menentukan melanjutkan belajar ke perguruan tinggi.
7. *Influence of friends* (Pengaruh teman atau sahabat). Hossler (1984) mengemukakan bahwa pengaruh teman bisa menjadi sama pentingnya dengan pengaruh atau saran orang tua dalam menentukan keputusan untuk kuliah. Weiler (1994) dalam penelitiannya bahkan secara lugas menyatakan bahwa pengaruh dan tekanan teman sebaya merupakan variabel atau faktor yang mempengaruhi kecenderungan seorang mahasiswa untuk kuliah.
8. *Influence of other individuals* (Pengaruh dari individu lainnya). Dalam penelitiannya, Ceja (2006) mempelajari dan menyimpulkan bahwa individu atau kerabat yang dituakan memiliki peran penting yang turut berpengaruh. Meskipun orang tua cenderung sebagai pihak dominan yang membiayai pendidikan dan menangani masalah ekonomi lainnya, namun sosok kerabat yang dituakan biasanya bisa menjadi narasumber yang memberikan nasihat yang dibutuhkan dan seringkali menjadi perhatian oleh mahasiswa yang lebih muda. Ceja juga mengatakan bahwa ini lebih sering terjadi pada keluarga di mana kerabat-kerabat mahasiswa tersebut adalah mahasiswa generasi terdahulu yang sudah memiliki pengalaman. Menjelaskan bahwa lingkungan terdekat di luar keluarga inti, yaitu kerabat-kerabat dapat menjadi sumber inspirasi bagi para mahasiswa untuk mempertimbangkan pilihan melanjutkan belajar ke perguruan tinggi.

College Attributes

9. *Location* (Lokasi kampus). Sevier (1986) menyatakan bahwa lokasi kampus perguruan tinggi atau universitas dapat menjadi faktor utama keputusan mahasiswa untuk mendaftarkan diri. Beberapa mahasiswa mungkin mencari kampus yang dekat dengan tempat tinggalnya atau tempat kerja mereka untuk kenyamanan dan aksesibilitas (Absher & Crawford, 1996; Servier, 1994). Sebuah studi oleh Kohn et al. (1976) membahas bahwa faktor penting dalam kecenderungan mahasiswa untuk kuliah adalah kedekatan institusi pendidikan tinggi dengan tempat tinggal. Ditemukan bahwa faktor biaya rendah, perguruan tinggi terdekat merupakan stimulator penting dari keputusan mahasiswa untuk melanjutkan pendidikannya.
10. *Academic Programs* (Program akademis unggulan). Yusof et al. (2008) dalam penelitiannya menemukan bahwa ketersediaan program yang dibutuhkan menjadi sebuah atribut yang sangat penting bagi mahasiswa tahun pertama untuk memilih institusi pendidikan tinggi tertentu. Ford, et al (1999) juga menemukan bahwa hal-hal yang terkait dengan program studi, seperti cakupan program studi, fleksibilitas program, dan lain-lain,

merupakan faktor terpenting bagi mahasiswa untuk memilih institusi perguruan tinggi. Ismail (2009) pun menunjukkan bahwa mahasiswa merasa puas dengan pilihan perguruan tinggi (berdasarkan informasi kepuasan mereka) terhadap sesuatu yang berhubungan dengan pengakuan reputasi akademik yang dimiliki oleh perguruan tinggi pilihannya (pengaruh eksternal). Menjelaskan bahwa program akademik unggulan yang unik dapat menjadi pertimbangan bagi mahasiswa dalam pemilihan belajar di perguruan tinggi, dalam hal ini FE Unsada memiliki keunikan dan keunggulan program akademik *Trilingual, Monozukuri, Sangyo spirit, Kigyoka*.

11. *College Reputation* (Reputasi perguruan tinggi). Citra dan reputasi dari institusi perguruan tinggi memiliki efek yang luar biasa pada proses perimbangan pemilihan perguruan tinggi.

Hal ini berpengaruh sangat kuat kepada calon mahasiswa, dimana perguruan tinggi akan sangat persuasif menampilkan reputasinya dalam proses pencarian dan seleksi perguruan tinggi.

Mahasiswa sangat menghargai reputasi perguruan tinggi dan dinilai menjadi faktor yang berpengaruh oleh siswa dalam proses pemilihan perguruan tinggi (Lay & Maguire, 1981; Murphy, 1981; Sevier, 1986; Keling, 2006). Pada studi yang lain Keling (2007) juga menyatakan bahwa faktor yang paling berpengaruh yang akan dievaluasi mahasiswa dalam memilih institusi pilihan mereka adalah reputasi institusi. Menjelaskan bahwa citra dan tingkatan reputasi perguruan tinggi dalam bentuk seperti prestasi, akreditasi, kualitas pengajar, dan pengelolaan lembaga, menjadi pertimbangan penting bagi para mahasiswa dalam menentukan perguruan tinggi pilihannya.

12. *Educational facilities* (Fasilitas penunjang kependidikan). Absher & Crawford (1996) menyatakan bahwa fasilitas pendidikan seperti ruang kelas, laboratorium, dan perpustakaan penting bagi mahasiswa dalam mempertimbangkan pemilihan perguruan tinggi atau universitas oleh Mahasiswa. Menjelaskan bahwa fasilitas kependidikan yang disediakan oleh lembaga perguruan tinggi diharapkan oleh para mahasiswa dapat menjadi penunjang kegiatan pembelajarannya baik dalam bentuk akademik maupun non akademik.

13. *Cost* (Biaya pendidikan). Menurut peninjauan Joseph & Joseph (2000) bahwa masalah terkait biaya tampaknya semakin menjadi masalah penting seiring berjalannya waktu. Penelitian Houston (1979) telah menemukan bahwa masalah terkait biaya masih berada di bawah skala, sementara pada penelitian Webb (1993) dan Joseph et al. (1998) menemukan bahwa masalah biaya adalah salah satu elemen yang paling penting. Menjelaskan bahwa besaran dan keterjangkauan biaya pendidikan turut menjadi pertimbangan penting bagi para mahasiswa untuk melanjutkan belajar ke perguruan tinggi.

14. *Availability of financial aid* (Kesempatan mendapat beasiswa atau bantuan keuangan). Penelitian Yusof et al. (2008) menemukan bahwa ketersediaan

beasiswa atau bantuan keuangan yang ditawarkan oleh universitas sebagai salah satu dari empat atribut yang sangat penting dan diharapkan dari pemilihan lembaga perguruan tinggi tertentu. Dengan demikian, mahasiswa yang menerima penghargaan dan mendapatkan bantuan keuangan atau beasiswa, memiliki kemungkinan untuk bisa masuk mendaftar ke perguruan tinggi (Jackson, 1988; Litten, 1982; Manski & Wise, 1983). Nurlida (2009) juga mempelajari tentang pengaruh mediasi informasi terhadap pilihan perguruan tinggi menunjukkan bahwa siswa puas dengan pilihan perguruan tinggi (berdasarkan informasi kepuasan mahasiswa) sehubungan dengan faktor keuangan (pengaruh eksternal) yang meliputi bantuan keuangan dan biaya yang terjangkau. Menjelaskan bahwa peluang mendapatkan beasiswa atau bantuan keuangan dapat juga menjadi salah satu pertimbangan bagi mahasiswa untuk mendorong minat mendaftar ke perguruan tinggi.

15. *Employment opportunity* (Peluang karir pekerjaan). Mahasiswa sering tertarik pada pendidikan di perguruan tinggi dikarenakan peluang karir pekerjaan yang mungkin bisa didapatkannya (Sevier, 1998). Paulsen (1990) menyatakan bahwa mahasiswa seringkali membuat pilihan lembaga perguruan tinggi tertentu berdasarkan besaran kesempatan kerja yang ada bagi lulusan perguruan tinggi tersebut. Mahasiswa tertarik pada hasil yang dipengaruhi oleh pekerjaan apa yang para lulusan alumni dapatkan, perguruan tinggi apa yang mereka ikuti dan kontribusi apa yang para alumninya bisa berikan kepada masyarakat (Sevier, 1997).

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif melalui analisis faktor dengan teknik survei pengumpulan dan pengisian data kuesioner menggunakan skala *Likert* 1-5 (Sangat Tidak Setuju; Tidak Setuju; Netral; Setuju; Sangat Setuju), melalui pengambilan sampel responden meliputi 126 mahasiswa FE Unsada, dari total jumlah populasi sebesar 2.084 mahasiswa FE Unsada angkatan 2016-2020, dengan mempertimbangkan permodelan SEM (*Structural Equation Modelling*) dimana jumlah sampel yang sesuai dapat dilakukan dengan jumlah sekitar 100-200 sampel (Ferdinand, 2000). Metode penentuan sampel yang digunakan adalah Metode *Probability Sampling* dengan teknik *Simple Random Sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel secara sederhana (simple) dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2012).

Dalam penelitian ini dilakukan beberapa uji validitas seperti uji KMO (*Kaiser Meyer Olkin*) dan *Bartlett's Test* untuk mengukur pemenuhan syarat dari indikator yang ada untuk uji analisis selanjutnya, kemudian juga dilakukan uji nilai *anti-image correlation* yang menguji pernyataan-pernyataan pada kuesioner terepresentasikan dengan baik, selanjutnya dilakukan *communalities* sebagai bagian dari proses *extraction* yang membentuk kelompok faktor-faktor utama.

Metode penelitian ini diharapkan dapat mendeskripsikan fakta-fakta melalui indikator-indikator yang diteliti sebagai berikut : *Socio-economic Status, Aptitude, Level of education aspiration, High-school performance, Friends attending colleges, Parents influence, Friend influence, Other influence, Location, Academic program, College reputation, Educational facilities, Cost, Availability of financial-aid, Employment opportunity.*

PEMBAHASAN

Penelitian ini berhasil mengemukakan pembentukan faktor-faktor baru yang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memutuskan memilih belajar di FE Unsada, antara lain: faktor reputasi kampus, faktor pengaruh lingkungan, dan faktor sosial ekonomi.

Melalui penelitian hasil informasi Rangkuman Karakteristik Profil Responden dan rangkaian uji statistik, sebagai berikut :

Tabel 2. Rangkuman Karakteristik Profil Responden

Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Gender :		
Laki – Laki	43	34,1%
Perempuan	83	65,9%
Usia :		
18 tahun ke bawah	3	2,4%
19 tahun	14	11,1%
20 tahun	28	22,2%
21 tahun	29	23%
22 tahun ke atas	52	41,3%

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25

Untuk klasifikasi jenis kelamin (*gender*), dapat dilihat bahwa mayoritas responden sebesar 65,9% adalah berjenis kelamin perempuan sebanyak 83 orang, dan sisanya sebesar 34,1% dengan jumlah sebanyak 43 orang adalah berjenis kelamin laki-laki. Sedangkan klasifikasi responden berdasarkan usia, mayoritas responden adalah berusia 22 tahun ke atas, dengan jumlah sebanyak 52 orang atau sebesar 47,5%. Selanjutnya untuk usia 21 tahun sebanyak 29 orang atau sebesar 23%, usia 20 tahun sebanyak 28 orang atau sebesar 22,2%, usia 19 tahun sebanyak 14 orang atau sebesar 11,1%. Kemudian untuk kelompok responden minoritas adalah yang berusia 18 tahun ke bawah dengan jumlah 3 orang atau sebesar 2,4%.

Uji Validitas

Dilakukan uji KMO (*Kaiser Meyer Olkin*) dan *Bartlett's Test*, untuk mengukur apakah indikator-indikator yang ada sudah memenuhi syarat untuk dapat dilakukan uji analisis selanjutnya.

Tabel 3. KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.817
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	841.345
	Df	105
	Sig.	.000

Berdasarkan hasil uji KMO dan *Bartlett's Test* pada tabel 3 di atas, kemudian diperoleh nilai KMO sebesar $0,817 > 0,05$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa 15 indikator yang diukur dapat melanjutkan analisisnya secara lebih terperinci.

Tabel 4. Anti-image Matrices

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15
Anti-image Covariance	X1	.610	-.013	.014	-.053	-.070	-.114	-.016	.026	-.219	.105	.003	.071	-.064	-.061	-.092
	X2	-.013	.436	-.169	-.121	-.012	-.045	.057	-.060	.018	-.027	-.054	-.074	.063	-.053	.049
	X3	.014	-.169	.439	-.099	.072	-.077	-.051	.020	-.058	-.034	-.026	.019	.018	-.034	-.040
	X4	-.053	-.121	-.099	.576	.012	.046	-.120	.043	-.019	-.092	.116	.010	-.151	.084	-.049
	X5	-.070	-.012	.072	.012	.635	-.038	-.228	-.103	.048	-.028	.074	-.019	-.008	.064	-.045
	X6	-.114	-.045	-.077	.046	-.038	.714	.047	-.127	.034	-.109	-.005	.086	.006	.008	-.037
	X7	-.016	.057	-.051	-.120	-.228	.047	.519	-.210	-.029	.045	-.051	.012	.038	.046	-.018
	X8	.026	-.060	.020	.043	-.103	-.127	-.210	.517	-.013	-.030	-.009	-.085	.022	-.074	.053
	X9	-.219	.018	-.058	-.019	.048	.034	-.029	-.013	.568	-.157	-.062	-.012	-.111	.094	.101
	X10	.105	-.027	-.034	-.092	-.028	-.109	.045	-.030	-.157	.439	-.085	.016	.100	-.097	-.048
	X11	.003	-.054	-.026	.116	.074	-.005	-.051	-.009	-.062	-.085	.272	-.123	-.056	.016	-.074
	X12	.071	-.074	.019	.010	-.019	.086	.012	-.085	-.012	.016	-.123	.353	-.030	-.043	-.075
	X13	-.064	.063	.018	-.151	-.008	.006	.038	.022	-.111	.100	-.056	-.030	.457	-.056	-.119
	X14	-.061	-.053	-.034	.084	.064	.008	.046	-.074	.094	-.097	.016	-.043	-.056	.503	-.102
	X15	-.092	.049	-.040	-.049	-.045	-.037	-.018	.053	.101	-.048	-.074	-.075	-.119	-.102	.297
Anti-image Correlation	X1	.740 ^a	-.026	.026	-.090	-.113	-.173	-.029	.047	-.371	.203	.006	.152	-.121	-.110	-.215
	X2	-.026	.852 ^a	-.386	-.241	-.022	-.081	.120	-.127	.036	-.061	-.158	-.190	.140	-.113	.137
	X3	.026	-.386	.888 ^a	-.197	.136	-.138	-.106	.042	-.116	-.078	-.076	.049	.040	-.072	-.111
	X4	-.090	-.241	-.197	.716 ^a	.019	.072	-.219	.079	-.034	-.183	.292	.022	-.295	.155	-.118
	X5	-.113	-.022	.136	.019	.608 ^a	-.057	-.397	-.179	.080	-.054	.179	-.041	-.014	.114	-.105
	X6	-.173	-.081	-.138	.072	-.057	.822 ^a	.077	-.209	.054	-.195	-.011	.172	.010	.013	-.080
	X7	-.029	.120	-.106	-.219	-.397	.077	.675 ^a	-.405	-.053	.094	-.135	.028	.078	.089	-.046
	X8	.047	-.127	.042	.079	-.179	-.209	-.405	.783 ^a	-.024	-.062	-.025	-.199	.046	-.145	.135
	X9	-.371	.036	-.116	-.034	.080	.054	-.053	-.024	.731 ^a	-.314	-.157	-.026	-.217	.176	.246
	X10	.203	-.061	-.078	-.183	-.054	-.195	.094	-.062	-.314	.842 ^a	-.247	.040	.223	-.206	-.133
	X11	.006	-.158	-.076	.292	.179	-.011	-.135	-.025	-.157	-.247	.851 ^a	-.398	-.159	.043	-.261
	X12	.152	-.190	.049	.022	-.041	.172	.028	-.199	-.026	.040	-.398	.869 ^a	-.075	-.101	-.231
	X13	-.121	.140	.040	-.295	-.014	.010	.078	.046	-.217	.223	-.159	-.075	.813 ^a	-.117	-.324
	X14	-.110	-.113	-.072	.155	.114	.013	.089	-.145	.176	-.206	.043	-.101	-.117	.876 ^a	-.265
	X15	-.215	.137	-.111	-.118	-.105	-.080	-.046	.135	.246	-.133	-.261	-.231	-.324	-.265	.843 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Kemudian dilakukan juga uji nilai *anti-image correlation* pada tabel 4 di atas, dimana masing-masing dari 15 indikator tersebut memiliki nilai > 0,5. Sehingga seluruh indikator pernyataan dari kuesioner dapat mempresentasikan dengan baik dan dapat dilakukan ke dalam proses analisis faktor selanjutnya.

Tabel 5. Communalities

	Initial	Extraction
X1	1.000	.630
X2	1.000	.675
X3	1.000	.689
X4	1.000	.542
X5	1.000	.717
X6	1.000	.395
X7	1.000	.733
X8	1.000	.716
X9	1.000	.504
X10	1.000	.649
X11	1.000	.768
X12	1.000	.756
X13	1.000	.766
X14	1.000	.614
X15	1.000	.786

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Communalities menjelaskan nilai varian indikator dari proses *extraction* yang secara keseluruhan menghasilkan nilai positif yang kemudian dapat membentuk beberapa faktor.

Tabel 6. Total Variance Explained

Component	Total	Initial Eigenvalues		Extraction Sums of Squared Loadings		
		% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.474	36.495	36.495	5.474	36.495	36.495
2	1.818	12.121	48.616	1.818	12.121	48.616
3	1.458	9.717	58.333	1.458	9.717	58.333
4	1.192	7.946	66.279	1.192	7.946	66.279

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Dari hasil pengolahan data pada table 6 diatas, dari 15 indikator yang dianalisis kemudian membentuk 4 faktor karena memiliki nilai *eigen value* > 1.00, sedangkan sisanya mempunyai nilai < 1.00.

Tabel 7. Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
X1	.441	.115	.650	.017
X2	.700	-.067	-.276	.323
X3	.731	-.100	-.067	.374
X4	.478	.159	.437	.313
X5	.100	.814	.038	-.208
X6	.460	.146	-.123	.384
X7	.362	.768	.003	-.105
X8	.495	.556	-.398	-.056
X9	.519	.002	.371	.312
X10	.719	-.103	-.240	.253
X11	.816	-.194	-.161	-.195
X12	.744	-.120	-.240	-.361
X13	.603	-.159	.508	-.346
X14	.661	-.270	-.188	-.261
X15	.788	-.145	.131	-.356

Extraction Method: Principal Component Analysis. a 4 components extracted

Tabel 8. Rotasi Pembentukan Faktor

Faktor	Variabel	Faktor Loading
Faktor 1	<i>Aptitude - X2</i>	0.700
	<i>Level of education aspiration - X3</i>	0.731
	<i>Highschool performance - X4</i>	0.478
	<i>Influence of parents - X6</i>	0.460
	<i>Location - X9</i>	0.519
	<i>Academic programs - X10</i>	0.719
	<i>College reputation - X11</i>	0.816
	<i>Educational facilities - X12</i>	0.744
	<i>Cost - X13</i>	0.603
	<i>Availability of financial aid - X14</i>	0.661

	<i>Employment opportunity - X15</i>	0.788
Faktor 2	<i>Friends attending college - X5</i>	0.814
	<i>Influence of friends - X7</i>	0.768
	<i>Influence of other individuals - X8</i>	0.556
Faktor 3	<i>Socio-economic status - X1</i>	0.650
Faktor 4	<i>None</i>	-

Interpretasi Faktor

Pada tahapan ini selanjutnya adalah melakukan interpretasi faktor yang didahului dengan penamaan terhadap faktor-faktor yang baru terbentuk. Menurut Suliyanto (2005), penentuan nama faktor yang terbentuk dari hasil analisis faktor dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu : (1) Memberikan penamaan faktor yang dapat mewakili nama-nama variabel yang membentuk faktor tersebut, (2) Memberikan nama faktor berdasarkan variabel yang memiliki nilai *loading factor* paling tinggi.

Dari hasil penelitian ini yang tergambar pada tabel 8 di atas, dapat dijabarkan penyebaran dan pembentukan faktor-faktor baru yang ada sebagai berikut:

1. Faktor 1 Reputasi Kampus (College Reputation) dengan nilai faktor loading tertinggi sebesar 0.816, yang terdiri dari: *Aptitude, Level of Education Aspiration, High School Performance, Influence of Parents, Location, Academic Programs, College Reputation, Educational Facilities, Cost, Availability of Financial Aid* dan *Employment Opportunity*.
2. Faktor 2 Pengaruh Lingkungan (*Influences*), yang menggambarkan kumpulan pengaruh yang membentuk keputusan. Terdiri dari: *Friends Attending Colleges, Influence of Friends*, dan *Influence of other Individuals*.
3. Faktor 3 Status Sosial-ekonomi (*Socio-Economy Status*), menunjukkan bahwa status sosial ekonomi, seperti besaran pendapatan keluarga, status dan latar belakang pendidikan dari keluarga para mahasiswa juga menjadi pertimbangan keputusan memilih tempat belajar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan melalui metode analisis faktor dengan mengukur 15 indikator yang mendasari keputusan pemilihan belajar di FE Unsada, kemudian telah terbentuk tiga faktor baru yaitu: Faktor Reputasi Kampus, Faktor Pengaruh Lingkungan, Faktor Status Sosial-ekonomi. Di mana pada Faktor 1 Reputasi Kampus, variabel *college reputation* memiliki nilai faktor paling tinggi (0.816) yang diikuti oleh variabel *employment opportunity* (0.788), yang dapat disimpulkan bahwa

mahasiswa FE Unsada sangat mempertimbangkan reputasi kampus untuk mendapatkan bekal pendidikan untuk bersaing mendapatkan pekerjaan dalam karir profesionalnya.

Kemudian pada Faktor 2 Pengaruh lingkungan, menggambarkan bahwa peran pengaruh dan informasi dari orang-orang sekitar sangat berperan dalam pertimbangan mahasiswa memilih belajar di FE Unsada.

Selain itu pada Faktor 3 Status Sosial-ekonomi, ternyata kondisi latar belakang status sosial-ekonomi keluarga dari masing-masing mahasiswa FE Unsada mempunyai andil dalam pertimbangan keputusan untuk melanjutkan belajar di FE Unsada.

Sehingga penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pengelola Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada tentang kebutuhan dan harapan mahasiswa, mengapa mereka memilih belajar di FE Unsada, yang diharapkan dapat memperbaiki dan meningkatkan minat mahasiswa untuk mendaftar dan belajar di FE Unsada.

Saran

Melalui hasil penelitian ini pula dapat terlihat bahwa kekuatan Reputasi Kampus (College reputation) yang baik dari Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada terbukti menjadi faktor utama dan alasan kuat para mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi tempat belajar, dimana hal tersebut sudah menjadi pencapaian yang baik bagi pengelola FE Unsada.

Namun untuk pencapaian ke depan yang lebih baik, hendaknya FE Unsada diharapkan dapat mendorong untuk lebih memperkuat dan lebih mensosialisasikan keunggulan kompetitif pada program akademiknya yang unik dan memiliki ciri khusus (seperti: *Triligual, Monozukuri, Sangyo spirit, Kigyoka*) dibandingkan dengan penyelenggara pendidikan tinggi sejenis, sehingga dapat lebih dikenal di masyarakat dan dapat menjadi pertimbangan dominan disamping pertimbangan reputasi kampus bagi para mahasiswa baru, seperti yang dicita-citakan oleh para pendiri Universitas Darma Persada.

DAFTAR PUSTAKA

- Chapman, D.W. (1981). *A model of student college choice*, Journal of Higher Education.
- Ferdinand, Augusty (2000). Structural equation modeling dalam penelitian manajemen : Aplikasi model-model rumit dalam penelitian untuk tesis S-2 & disertasi S-3. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kardes, F., Cronley, M. and Cline, T. (2011), *Consumer Behavior*, Mason, OH, South-Western Cengage.
- Kotler, Philip.(2002). *Marketing Management Millennium Edition*. Pearson Customer Publishing.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Oxford English Dictionary Online. 3rd Edition (2010), Oxford: Oxford University Press.
- Roslyn Louise Kelly Beswick (1989). *A Study of factors associated with student choice in the university selection process*. The University of Lethbridge, Alberta. Faculty of Education.
- Sia Kee Ming, Joseph (2010). *Institutional Factors Influencing Students' College Choice Decision in Malaysia: A Conceptual Framework*. Curtin University of Technology (Sarawak Campus) School of Business Marketing and Management Department.
- Sia Kee Ming, Joseph. (2010). *A model of higher education institutions choice in Malaysia ± a conceptual approach*. Curtin University of Technology (Sarawak Campus) School of Business Marketing and Management Department.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia.