

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA DALAM MEMILIH SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER (STMIK) DI KOTA SEMARANG

Heru Yulianto

Staff Pengajar Unisbank Semarang

ABSTRACT

In the globalization era, competition need qualified human resources who has competitive advantage, to prepare qualified human resource need qualified education. In the growth of information management and computer, needs human resource who can handle this technology, so the information management and computer college can answer this challenge. The student who want to study in this college was rapidly growth, so this research focus in factor analysis considered by student to choose information management and computer. This research use 3 information management and computer college in Semarang, with 200 respondents choosed as sample use purposive sample method and data collected use questioner with likert scale. The factor that student considered were product, price, location, culture, social class, family reference group, personal traits, process, physical condition, perception, study and attitude. This research test use factor analysis. This research results points to 15 factors and 37 variables with varimax factor rotations times, choose the 11 factor and 31 variables as the result of this research. The research advises to the research object are the 3 information management and computer college must improve the service mechanism, service quality, qualified education staff, qualified college leader, computer equipment to improve the studying activity.

Key words : Factor analysis, Information management and computer college

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Fenomena perekonomian global dengan persaingan yang sangat ketat menuntut kesiapan sumberdaya manusia berkualitas yang memiliki keunggulan kompetitif (*competitive advantage*). Semua itu hanya dapat diperoleh melalui pendidikan yang bermutu. Dalam jangka panjang investasi di bidang pendidikan ini bernilai strategis, mengingat kontribusinya yang sangat besar terhadap kemajuan pembangunan, termasuk untuk mencapai pertumbuhan ekonomi, yang akhirnya untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Dengan demikian tampak jelas kebutuhan untuk merubah paradigma pembangunan yang semula bertumpu pada kekuatan sumber daya alam (*natural resource based*) menjadi lebih mengandalkan pada kekuatan sumber daya

manusia (*human resource based*) yang menguasai IPTEK, yang dalam fenomena perekonomian global disebut "*knowledge based economy*". Jelaslah bahwa "*knowledge*" akan merupakan basis baru bagi kesejahteraan bangsa, yang berhasilannya tergantung dari seberapa jauh masyarakat/bangsa mampu mewujudkan "*knowledge*" sebagai landasan sistem perekonomian dan industrinya.

Di dalam Undang-Undang Nomor 2 tahun 1989 tentang "Sistem Pendidikan Nasional, dinyatakan bahwa masyarakat merupakan mitra bagi pemerintah dan memiliki kesempatan luas untuk ikut berperan serta dalam penyelenggaraan pendidikan nasional", dengan adanya Undang-undang tersebut memberikan peluang kepada masyarakat untuk mendirikan/menyelenggarakan pendidikan dalam hal ini khususnya Perguruan Tinggi Swasta (PTS). Keadaan ini ditunjukkan oleh pertumbuhan jumlah Perguruan Tinggi Swasta di Indonesia yang cenderung meningkat dari tahun ke tahun dan tersebar diseluruh tanah air. Di mana menurut Direktori Direktur Perguruan Tinggi Swasta (Dirgutsiswa) Direktorat Jenderal Perguruan Tinggi tahun 1999/2000 jumlah Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Indonesia ada \pm 1400 Perguruan Tinggi Swasta, sedangkan di Kopertis Wilayah VI Jawa Tengah tahun Akademik 2000/2001 jumlah Perguruan Tinggi Swasta (PTS) ada 131 PTS.

Di dalam era globalisasi yang ditandai dengan adanya persaingan yang sangat kompetitif, suatu bangsa dapat memenangkan persaingan harus didukung dengan oleh sumber daya manusia yang ahli dan terampil di bidang teknologi informasi dan komputer. Hal tersebut dikarenakan, dengan tersedianya sumber daya manusia yang ahli dan terampil tersebut akan menekan angkos produksi yang akhirnya akan menekan harga jual produk. Oleh karenanya, akhir-akhir ini minat masyarakat atau calon mahasiswa masuk Perguruan Tinggi Swasta atau Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) menunjukkan peningkatan. Di Kopertis Wilayah VI Jawa Tengah dalam tahun Akademik 2000/2001 jumlah Perguruan Tinggi Swasta atau Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) ada 5 STMIK. 3 diantaranya berada di Kota Semarang yakni : STMIK Dian Nuswantoro, STMIK Abadi Karya Indonesia (AKI) dan STMIK STIKUBANK. Sedang selebihnya satu ada di Magelang dan satu di Purwakarto.

Adapun jumlah mahasiswa yang kuliah di ketiga STMIK yang ada di Kotamadya Semarang dari tahun Akademik 1998/1999 dan 1999/2000 seperti tertulis dalam tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1
Jumlah Mahasiswa yang Kuliah di STMIK Kota Semarang

No..	Nama STMIK	Jumlah Mahasiswa	
		1998/1999	1999/2000
1.	STMIK Dian Nuswantoro	7283	8483
2.	STMIK AKI	2643	3067
3.	STMIK STIKUBANK	738	2383

Sumber : Data Kopertis Wil VI diolah (1999/2000)

Sesuai dengan tabel 1 nampak bahwa jumlah mahasiswa dari tahun ke tahun masing-masing menunjukkan peningkatan jumlah mahasiswa.

Untuk mengetahui apa yang mempengaruhi calon mahasiswa memilih sekolah Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) tidaklah mudah. Jawaban akan didapatkan setelah dilakukan berbagai analisis dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti faktor internal dan faktor eksternal.

Banyak cara yang dilakukan oleh ketiga STMIK dalam mencari mahasiswa yang antara lain melalui iklan diberbagai media cetak atau elektronik, brosur-brosur, liflet, sepanduk dan ceramah-ceramah yang diadakan di beberapa SMU dan SMK serta baliho. Selain itu juga melakukan kebijakan dalam penetapan harga/biaya kuliah yang dikenakan oleh ketiga STMIK sangat berbeda-beda, serta fasilitas proses belajar mengajar yang berbeda-beda. Semua itu dilakukan untuk menarik minat calon mahasiswa untuk masuk di antara ketiga STMIK tersebut. Meskipun upaya-upaya itu dilakukan oleh ketiga Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) di Kota Semarang, pada kenyataannya jumlah pendaftar tiap-tiap STMIK sangat berbeda dari tahun ketahunnya.

Memahami perilaku calon mahasiswa selaku konsumen dari Perguruan Tinggi tersebut yang dapat digunakan sebagai salah satu dasar untuk meningkatkan kualitas dalam proses belajar dan mengajarnya. Perilaku konsumen secara umum mempertimbangkan berbagai faktor. Menurut Devid L. Loudon dan Albret J. Della Bitta (1993) bahwa "Faktor yang mempengaruhi keputusan membeli adalah faktor eksternal yang terdiri dari budaya, sub budaya, kelas sosial, kelompok sosial, famili serta lainnya. Dan faktor internal yang meliputi proses, informasi, belajar, mengingat, kepribabian, sikap, motivasi serta keterlibatan".

Seperti halnya produk atau jasa, ketika calon mahasiswa akan memilih jasa pendidikan mereka juga mempertimbangkan beberapa faktor. Beberapa pendapat mengatakan bahwa sebelum calon mahasiswa memilih Perguruan Tinggi biasanya mempertimbangkan beberapa faktor yang dijadikan dasar pertimbangan dalam mengambil keputusan.

Berdasarkan pada uraian tersebut di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "Analisis Faktor Yang Dipertimbangkan Mahasiswa Memilih Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer (STMIK) di Kota Semarang"

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui faktor yang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) di Kota Semarang.
- b. Untuk mengetahui faktor yang sangat dipertimbangkan bagi mahasiswa dalam memilih Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) di Kota Semarang.

Hasil Penelitian Terdahulu Dan Hipotesis

Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Untuk memberi gambaran dan kerangka berfikir dalam penelitian ini maka perlu kiranya untuk membahas mengenai hasil-hasil penelitian terdahulu. Hasil penelitian terdahulu dimaksudkan untuk mendapatkan bahan acuan mengenai faktor-faktor yang Dipertimbangkan Mahasiswa dalam memilih Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK)

Christine Moorman (1990), "*The Effects of Stimulus and Consumer on the Nutrition Information*", menyimpulkan bahwa karakteristik konsumen seperti kebiasaan dan motivasi dasar dan karakteristik stimulus seperti formal dan isi informasi memberikan pengaruh yang berarti terhadap keputusan kualitas produk yang dipilih.

Schimids dan Spreng (1996) melakukan penelitian yang berjudul "*A proposed model of external consumer information search*". Penelitian ini adalah mengenai perincian informasi eksternal, sebelum melakukan pembelian. Ditemukan adanya empat (4) faktor yang mempengaruhi perincian pencarian informasi eksternal yaitu : kemampuan, motivasi, biaya dan keuntungan.

Terry L. Childers dan Akshary R. Row (1992), "*The Familial and Peerbased Rederence Group on Consumer Devisior*" dengan tujuan adalah : mengukur pengaruh keputusan pembelian individu pada kelompok referensi berdasarkan hubungan famili dan berdasarkan pasangan keluarga, menentukan variasi pengaruh pada lintas budaya berdasarkan hubungan keluarga, tergantung pada keputusan konsumsi individual.

Dari hasil-hasil penelitian terdahulu yang telah dikemukakan di atas dapat dijadikan pertimbangan dalam menentukan atau menetapkan faktor-faktor yang menjadi referensi penelitian ini. Faktor-faktor yang dipakai oleh penulis adalah : Faktor eksternal terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, personal traits, proses, kondisi fisik. Faktor internal yang terdiri dari motivasi, persepsi, belajar, sikap.

Hipotesis yang Diajukan

Dari pembahasan di atas baik secara teori atau hasil penelitian terdahulu maka penulis mengemukakan hipotesis seagai berikut:

- a. Diduga faktor eksternal (produk, lokasi, harga, promosi, kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, personal traits, proses, kondisi fisik) dan faktor internal (mativasi, persepsi, belajar, sikap) yang dipertimbangkan mahasiswa dalam memilih di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) di Kota Semarang.
- b. Diduga faktor produk, harga, lokasi, promosi, personal traits, proses, kondisi fisik yang dipertimbangkan mahasiswa dalam memilih Sekolah Tinggi manajemen Informatika dan komputer (STMIK) di Kota Semarang.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini yang menjadi populasi target adalah mahasiswa yang masuk tahun ajaran 1999/2000 di 3 (tiga) STMIK di Kota Semarang.

Malhotra "Ditentukan minimal empat atau lima kali dari jumlah variabel yang digunakan". Maka pada penelitian ini jumlah variabel adalah 37, dari 37 variabel $\times 5 = 185$ responden. Untuk memudahkan perhitungan, maka jumlah responden dapat dibulatkan menjadi 200 responden untuk memudahkan dalam perhitungan dan dianggap sudah memenuhi persyaratan.

Metode Pengambilan Sampel

Penelitian ini tidak dilakukan terhadap semua populasi tetapi pada sebagian dari populasi target (Sampel). Dengan jumlah responden yang sudah ditetapkan sebesar 200 responden, maka untuk membagi jumlah responden ke dalam 3 STMIK teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive*

Tabel 2
JUMLAH MAHASISWA YANG MASUK TAHUN AJARAN 1999/2000

Nama STMIK	Populasi	Sample
STMIK "Dian Nuswantoro"	1200	98
STMIK "AKI"	424	35
STMIK "STIKUBANK"	826	67
<i>Jumlah</i>	2450	200

Sumber data : Data primer yang diolah (Th. 200/2001)

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengukuran validitas dengan melihat faktor loading (koefisien gamma) dari variabel-variabel yang termasuk dalam faktor inti seluruhnya lebih besar dari 0,5 dengan demikian instrumen dari daftar pertanyaan yang digunakan dapat digunakan.

Untuk mengukur reliabilitas digunakan koefisien *Alpha Cranback* yang didasarkan pada rerata korelasi butir data instrumen pengukuran.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab hipotesis yang dikemukakan di muka adalah analisis faktor dan pengolahannya dibantu oleh program SPSS *for MS Windows*.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan mengambil responden sebanyak 200 mahasiswa Sekolah Tinggi Manajemen Informatik dan Komputer (STMIK) di Kota Semarang, maka dari hasil penelitian tersebut diperoleh deskripsi sebagai berikut:

Tabel 3
Karakteristik Responden Mahasiswa Angkatan 2000 Berdasarkan Jenis Kelamin Pada STMIK Di Kota Semarang

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	80	40%
Perempuan	120	60%
Jumlah	200	100%

Sumber : Data Primer yang diolah (th. 2000/2001)

Dari pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin pada tabel 3 menunjukkan bahwa minat perempuan lebih besar dalam memasuki Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) yaitu sebesar 120 responden (60%), sedangkan laki-laki hanya sebesar 80 responden (40%). Hal ini menunjukkan bahwa dari ketiga STMIK menawarkan beberapa jurusan seperti manajemen informatika, sistem informasi komputerisasi akuntansi dan teknik komputisasi dan teknik informasi. Dari ketiga jurusan yang tersebut banyak jumlah mahasiswa perempuan, karena ketrampilan mereka banyak dibutuhkan oleh pihak perusahaan seperti bank. Dan dua jurusan teknik komputer dan teknik informatika banyak diminati oleh laki-laki.

Tabel 4
Karakteristik Responden Mahasiswa Angkatan 2000 Berdasarkan Asal Daerah Pada STMIK di Kato Semarang

Asal Daerah	Frekuensi	Persentase
Dalam Kota	102	51%
Luar Kota	98	49%
Jumlah	200	100%

Sumber : Data primer yang diolah (Th. 2000/2001)

Dengan mengamati tabel 4 menunjukkan bahwa responden yang berasal dari dalam kota adalah 102 (51%) dan yang berasal dari luar kota Semarang adalah 98 (49%). Gambaran ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang kuliah di STMIK jumlah yang berasal dari luar kota dan dalam kota menunjukkan perbedaan yang berarti. Hal ini menunjukkan bahwa para mahasiswa yang berasal dari dalam kota mempertimbangkan biaya-biaya seperti biaya kost dan keperluan harian.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah untuk melihat seberapa kuat butir-butir variabel yang diukur menyatu satu sama lainnya. Dari hasil proses analisis faktor dapat diketahui bahwa 6 yang mempunyai nilai faktor loading <0.5 . 6 variabel dikatakan tidak valid dan sebanyak 31 variabel dapat dikatakan valid sebab memiliki faktor loading di atas $>0,5$.

Status adalah pengakuan yang didapat dari DIKTI untuk Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) yang berupa: Diakui, Terdaftar, Disamakan dan Terakreditasi. Pada penelitian ini variabel status ini tidak menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih STMIK yang dapat dilihat dari nilai loading yang kecil dari 0,5. Hal ini menunjukkan karena status dari ketiga STMIK masih dalam proses terakreditasi, maka mahasiswa tidak melihat variabel status.

Pengaruh teman adalah adanya teman yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan. Pengaruh teman ini tidak menjadi pertimbangan mahasiswa pada waktu memilih STMIK dapat dilihat dari nilai loading yang kecil dari 0,5. Hal ini disebabkan dalam mempertimbangkan mahasiswa dipengaruhi oleh keluarga yang akan menanggung biaya yang dikeluarkan.

Perpustakaan adalah tersedia sarana buku-buku dan referensi yang mendukung proses belajar. Perpustakaan ini tidak menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih STMIK dapat dilihat dari nilai loading yang kurang dari 0,5. Hal ini terjadi karena pada waktu memilih STMIK, mereka belum melihat fasilitas yang dipunyai oleh ketiga STMIK atau belum bisa menikmati sarana perpustakaan.

Pertimbangan tentang mutu sekolah adalah pertimbangan mahasiswa terhadap mutu lulusan berdasarkan alumni. Variabel ini tidak menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih STMIK dapat dilihat dari nilai loading yang kurang dari 0,5. Hal ini diduga mahasiswa lebih mempertimbangkan jurusan atau program studi yang sesuai dengan kebutuhan pasar tenaga kerja.

Sikap terhadap perguruan tinggi adalah tingkat keyakinan mahasiswa terhadap sekolah. Variabel ini tidak menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih STMIK dapat dilihat dari nilai loading yang kurang dari 0,5. Hal ini bahwa mahasiswa nyakin terhadap jurusan/program studi yang ditawarkan.

Sikap terhadap jurusan/program studi adalah tingkat keyakinan mahasiswa terhadap jurusan/program studi yang dipilih. Variabel ini tidak menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih STMIK dapat dilihat dari nilai loading yang kurang dari 0,5. Hal ini bahwa jurusan /program studi tergolong baru.

Uji Reliabilitas

Hasil analisis uji reliabilitas dengan koefisien *Alpha Cronbach* menunjukkan nilai 0,8858. nilai ini > 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa 31 variabel memiliki reliabilitas tinggi.

Hasil Penelitian

Matrik Korelasi

Untuk menyimpulkan apakah ke 37 variabel saling berhubungan ditujukan oleh nilai determinan, *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)* dan *Bartlett Test of Sphericity, Measures of Sampling Adequacy (MSA)*. diketahui bahwa :

- Sebuah matrik korelasi jika mengandung koefisien korelasi yang mendekati nol dengan jumlah cukup banyak memberikan hasil nilai determinan yang mendekati 1, begitu sebaliknya. Nilai determinan = 0.000003 (mendekati nol), sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel terjadi korelasi.

- Juga untuk mengetahui ketepatan dari alat analisis faktor digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini. Analisis faktor dapat digunakan apabila $KMO > 0,5$. Dan menunjukkan bahwa KMO sebesar 0.79190 (>0.5). Nilai ini maka analisis faktor dapat digunakan pada penelitian ini.
- Pembuktian bahwa matrik korelasi yang diperoleh tidak merupakan matrik identitas dibuktikan dengan uji *Berlett Test of Sphericity*. *Berlett Test of Sphericity* sebesar 2813.4178 pada signifikansi 0.00000, maka dapat dinyatakan bahwa antar variabel terjadi korelasi (signifikan $<0,05$).
- Untuk melihat suatu variabel terkait dengan satunya dengan melihat *Measures of Sampling Adequacy* (MSA). *Measures of Sampling Adequacy* (MSA) di mana $MSA > 0,5$ berarti hubungan antar variabel sangat erat, apabila nilai $MSA < 0,5$ hubungan antar variabel tidak erat.

Menentukan Jumlah Faktor

Untuk menentukan berapa faktor yang dapat diterima secara empirik dapat dilakukan berdasarkan besarnya *eigen value* setiap faktor yang muncul. Semakin besar *eigen value* setiap faktor yang muncul maka semakin representatif faktor tersebut mewakili sekelompok variabel. Faktor yang mempunyai *eigen value* sama dengan atau lebih dari 1 (satu) yang ditahan dalam model analisis faktor, sedangkan sisanya dikeluarkan dari model. dari 37 variabel dan dari 15 faktor yang diteliti disederhanakan menjadi 11 faktor.

Dari tabel 5 dapat dilihat bahwa 11 faktor tersebut mempunyai nilai *eigen value* di atas satu dengan persentase kumulatif variance sebesar 65.5%.

Tabel 5
Jumlah Faktor

Faktor	Eigen Value	Pet of Varian	Cummulative Pet
1	7.90986	21.4	21.4
2	3.65550	9.9	31.3
3	2.14142	5.8	37.0
4	1.77054	4.8	41.8
5	1.52815	4.1	46.0
6	1.43699	3.9	49.8
7	1.34442	3.6	53.5
8	1.21604	3.3	56.8
9	1.12489	3.0	59.8
10	1.07718	2.9	62.7
11	1.01984	2.8	65.5

Faktor Matrik

Faktor matrik adalah hasil analisis faktor sebelum di rotasi. Faktor matrik berisi koefisien-koefisien yang dipakai untuk menyatakan variabel-variabel baku dari faktor tersebut. Koefisien faktor (*loading*) yang memiliki nilai absolut $\geq 0,5$, berarti antara faktor dengan variabel menunjukkan kolerasi yang tinggi. Secara ringkas dapat dilihat pada tabel 6:

Tabel 6
Hasil Analisis Faktor Matrik

Faktor	Variabel yang Tercakup	Nilai Loading
F1	X27	0.65208
	X26	0.63001
	X11	0.60695
	X10	0.58102
	X23	0.57930
	X9	0.57141
	X35	0.57138
	X20	0.56213
	X21	0.55757
	X22	0.54548
	X7	0.53297
	X24	0.52104
	X14	0.50691
X12	0.51258	
F2	X29	0.59669
	X17	0.58556
	X15	0.58527
	X18	0.50085
F3	X36	0.52740
F4	-	-
F5	-	-
F6	X12	0.55841
F7	-	-
F8	-	-
F9	-	-
F10	-	-
F11	-	-

Pada faktor matrik ini struktur data yang sederhana belum bisa dijumpai, karena masing-masing faktor belum dapat menjelaskan variabel-variabel baku dari faktor tersebut, untuk itu perlu dilakukan rotasi.

Rotasi Matrik

Untuk memperoleh struktur data yang sederhana di mana masing-masing faktor dapat menjelaskan variabel-variabel baku dari setiap faktor dilakukan *rotasi faktor varimax* melalui *iterasi konvergen* sebanyak 25 kali dan Hasil tersebut dapat disusun kembali kemudian dilakukan identifikasi nama faktor yang sesuai dan disajikan pada tabel 7 .

Tabel 7
Hasil Analisis Faktor Yang Dipertimbangkan Mahasiswa
Dalam Memilih STMIK Di Kota Semarang

No	Variabel	Identifikasi Faktor	% Variasi	Faktor Loaden g
1	Mekanisme Pelayanan (X23)	F1 Kualitas Pelayanan	21.4 %	0.7866
2	Kualitas Pelayanan (X22)			0.7294
3	Staff Pengajar (X21)			0.7134
4	Pimpinan (X20)			0.5214
5	Peralatan Komputer (X27)			0.5075
6	Pengaruh Keluarga (X16)	F2 Dukungan Keluarga	9.9%	0.7615
7	Peranan Orang Tua (X18)			0.7440
8	Peranan Saudara (X19)			0.6769
9	Tingkat Pendidikan (X15)			0.6692
10	Dekat dengan Sarana Transportasi (X10)	F3 Lokasi	5.8%	0.7907
11	Lokasi (X9)			0.7906
12	Dekat dengan Fasilitas Umum (X11)			0.5467
13	Tingkat Pendapatan (X14)			0.5109
14	Persepsi tentang Jurusan/Program Studi (X33)	F4 Motivasi	4.8%	0.7342
15	Keinginan Mahasiswa (X30)			0.7128
16	Kebutuhan Mahasiswa (X29)			0.6366
17	Persepsi tentang Kampus (X32)			0.5108
18	Nama (X3)	F5 Nama	4.1%	0.7286
19	Persyaratan Pembayaran (X6)			0.571
20	Pertimbangan tentang Jurusan (X34)			0.5587
21	Harapan Mahasiswa (X31)			0.5423
22	Jumlah Biaya (X4)	F6 Biaya	3.9%	0.7164
23	Potongan Biaya (X5)			0.6611
24	Kesesuaian dengan norma (X13)	F7 Kebudayaan	3.6%	0.8209
25	Kesesuaian dengan nilai (X12)			0.6853
26	Komunikasi (X8)	F8 Promosi	3.3%	0.7284
27	Publikasi (X7)			0.5659
28	Tempat parkir (X28)	F9 Fasilitas Parkir	3.0%	0.6794
29	Keadaan gedung (X25)	F10 Kondisi fisik Perguruan Tinggi	2.9%	0.78304
30	Jurusan/Program studi (X2)	F11 Jurusan/program Studi	2.8%	0.5622
31	Peraturan-peraturan (X24)			0.5224

Dari rotasi faktor diatas dapat dilihat bahwa dari 37 variabel yang digunakan, hanya 31 variabel yang tercakup dalam 11 faktor, sedangkan 6 variabel lainnya tidak termasuk (nilai loadingnya < 0,5) yaitu Status (X_1), Pengaruh teman (X_{17}), Perpustakaan (X_{26}), Pertimbangan tentang mutu sekolah (X_{35}), Sikap terhadap perguruan tinggi (X_{36}), sikap terhadap jurusan/program studi (X_{37}).

Pembuktian Hipotesis

Pada penelitian ini diajukan dua hepotesis, dimana dapat dibuktikan sebagai berikut:

Hipotesis Pertama

Pada hipotesis pertama disebutkan bahwa diduga faktor eksternal (produk, lokasi, harga, promosi, kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, personal traits, proses, kondisi fisik) dan faktor internal (motivasi, persepsi, belajar, dan sikap) yang dipertimbangkan mahasiswa dalam memilih Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan komputer (STMIK) di Kota semarang. Dari hasil analisis faktor seperti yang terlihat pada tabel 8 menunjukkan bahwa faktor eksternal seperti produk, lokasi, harga, promosi, kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, personal traits, proses, kondisi fisik, sedangkan faktor internal seperti motivasi, persepsi, belajar, sikap merupakan faktor yang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) di Kota Semarang. Ada satu faktor yang nilai loadingnya kurang dari 0.5 yaitu sikap. Dengan hasil analisis faktor tersebut berarti hipotesis pertama dapat diterima.

Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua menyatakan bahwa faktor produk, harga, lokasi, promosi, personal traits, proses, kondisi fisik yang dipertimbangkan mahasiswa dalam memilih Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) di Kota Semarang.

Dari hasil analisis faktor seperti pada tabel 8 menunjukkan bahwa faktor yang menjadi pertimbangan mahasiswa memilih Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) di Kota Semarang adalah proses, Personal traits, kondisi fisik, lokasi, harga, promosi, produk. Faktor proses, personal traits, kondisi fisik, lokasi, harga, promosi dan produk yang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK), jadi hipotesis kedua diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis faktor diperoleh hasil bahwa faktor kualitas pelayanan, dukungan keluarga, lokasi, motivasi, persyaratan, biaya,

kebudayaan, promosi, kondisi fisik perguruan tinggi, produk yang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) di Kota Semarang, dengan total persentase varian sebesar 65.5% mempertimbangkan faktor tersebut di atas yang diteliti, sedangkan sisanya 34.5% memperhatikan faktor lain yang tidak tercakup dalam variabel penelitian.

2. Dari 37 variabel yang dianalisis dengan menggunakan analisis faktor untuk mereduksi atau meringkas variabel tersebut menjadi struktur data yang sederhana agar mudah diinterpretasikan, dengan rotasi faktor varimax melalui *iterasi konvergen* sebanyak 25 kali tinggal 31 variabel antara lain mekanisme pelayanan, kualitas pelayanan, staff pengajar, pimpinan, peralatan komputer, pengaruh keluarga, peranan orang tua, peranan saudara, tingkat pendidikan, dekat dengan sarana transportasi, lokasi, dekat dengan fasilitas umum, tingkat pendapatan, persepsi tentang jurusan/program studi, keinginan mahasiswa, kebutuhan mahasiswa, persepsi tentang kampus, nama, persyaratan pembayaran, pertimbangan tentang jurusan/program studi, harapan mahasiswa, jumlah biaya, potongan biaya, kesesuaian dengan norma, kesesuaian dengan nilai, komunikasi, publikasi, tempat parkir, keadaan gedung, jurusan/program studi dan peraturan-peraturan.
3. Dari 37 faktor yang menjadi pertimbangan mahasiswa ada 6 variabel mempunyai nilai loading yang kurang 0.5 yaitu: status hal ini menunjukkan bahwa dari ketiga STMIK itu masih dalam proses terakreditasi STMIK itu masih dalam proses terakreditasi, maka mahasiswa tidak memperhatikan status, pengaruh teman hal ini menunjukkan bahwa dalam mempertimbangkan mahasiswa dipengaruhi oleh keluarga yang menanggung biaya yang dikeluarkan, perpustakaan hal ini menunjukkan pada waktu memilih STMIK belum bisa menikmati sarana perpustakaan, pertimbangan tentang mutu perguruan tinggi hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa lebih mempertimbangkan jurusan atau program studi yang sesuai dengan kebutuhan pasar tenaga kerja, sikap terhadap perguruan tinggi hal ini menunjukkan STMIK tergolong baru dengan menawarkan jurusan/program studi yang baru dan dibutruhkan di pasar tenaga kerja, sikap terhadap jurusan/program studi hal ini menunjukkan bahwa jurusan/program studi tergolong baru.
4. Dari 11 faktor yang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK), faktor kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempunyai peranan penting atau menjadi pertimbangan utama dengan variabel-variabel: mekanisme pelayanan, kualitas pelayanan, staf pengajar, pimpinan dan peralatan komputer.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka beberapa saran dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Fungsi pendidikan tinggi di masyarakat, dapat dilihat sebagai fungsi kelembagaan profesional, yang menyediakan layanan atau jasa untuk memenuhi keperluan masyarakat. Sebagai suatu lembaga profesional setiap

perguruan tinggi harus berorientasi kepada kebutuhan pasar (*market oriented*). Dalam hal ini maka pengelola perguruan tinggi dalam hal ini Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) yang berada di Kota Semarang. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pengelola masing-masing STMIK dalam merancang strategi dan kebijaksanaan agar STMIK tersebut diminati oleh calon Mahasiswa.

2. Faktor kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel mekanisme pelayanan, kualitas pelayanan, staff pengajar, pimpinan, peralatan komputer perlu harus diperhatikan oleh setiap STMIK, karena variabel-variabel pada faktor ini mempunyai peranan penting bagi para calon mahasiswa dalam memilih STMIK yang akan dimasuki.
3. Dalam penelitian ini masih banyak sekali kendala yang dihadapi seperti dalam hipotesis pertama ada satu faktor yang tidak mempunyai nilai loading 0.5 yaitu sikap, bagi peneliti yang beminat untuk meneruskan atau mengembangkan harus memperhatikan faktor tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, arthur. J. & Van cluken, Stuart 1995), *Abservations a New Approach to Measuring Product Category*, *Journal of Advertising Research*, Vol. 35, Iss. 73-79
- Alma, Buchari (1998), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Asdani, Andi (1997), *Analisis Faktor-faktor yang Menjadi pertimbangan Konsumen Dalam Memilih Lembaga Pendidikan Luar Sekolah*, Tesis Magister Manajemen, UNBRAW Malang.
- Chitine Moorman (1990), *The Effects of Stimulus and Consumer Characteristics on the Nutrition Information*, *Jurnal Cunsumer Research*.
- David Brush M, Marian Friested, Gregory M. Rose (1994), *Adolescent Skepticism Toward TV Advertising and knowledge of Advertising Tactics*, *Journal of onsumer Research*, Vol. 21, June.
- David *et al.* (1994), *Consumer Knowledge Assessment*, *Journal of Marketing Research*, Vol. 21.
- Dellaert *et al.* (1998), *Investigating Consumer Tedency to Combine Multiple Shopping Purpose and Destirations*, *Jurnal of Marketing Research*, Vol. XXXV, 177-198.
- Dharmamesta, B. S & Handoko T. H (2000), *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, Cetakan Ketiga, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- East, R, Lamax, W, Wilson, G & Harris, P. (1994), *Division Making and Habil in Shopping Times*, *Evropean Journal of Marketing*, Vol. 28 No 4.
- Engel *et al.* (1992), *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa Drs. F.X. Budiyanto, Jilid 1, Binarupa Aksara, Jakarta, 1992.

- Engel *et al.* (1992), *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa Drs. F.X. Budiyanto, Jilid 2, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Fitrizal (1997), *Kajian Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta Di Malang*, Tesis Magister Manajemen, UNBRAW Malang.
- Fornel Chaes & Birger Wernerfelt (1987), *Deferisit Marketing Strategy by Cunsumers Complaint Management, A Theritical Analisisi, journal of Marketing Research*.
- Hernamdez, Debra Gresh (1996), *Profile of News Consumer, Journal Edition & Publisher*, Vol. 130 Iss 3, P. 6-7.
- Joffrey. Schmidts & Spreng Richard (1996), *A Praposed Model of External Consumer Information Search, jurnal of the academy of marketing science*. Volume 24, no 3, pages 246-256
- Kotler. (1997), *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi, dan kontrol*, Alih Bahasa Hendra Teguh, SE, Ak. dan Ronny A. Rusli, SE, Ak, Jilid 1, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler. (1997), *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi, dan kontrol*, Alih Bahasa Hendra Teguh, SE, Ak. dan Ronny A. Rusli, SE, Ak, Jilid 2, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong (1995), *Dasar-dasar Pemasaran*, Alih Bahasa Drs. Alexander Sindoro, Jilid 2, prenhellindo, Jakarta.
- Loudon, D. L & Della Bitta, Albert J. (1993), *Consumer Behaviour, Concepts and Aplication*, 4 th edition, Mc. Graw Hill Inc, New York.
- Malhotra. (1996), *Marketing Research, An Applied Orientation*, Second Edition, Prentice Hall, A Simon & Schuster Compony, New Jersey.
- Miller, Nancy J. & Rita C Kean. (1997), *Factor Contributing to Inshopping Bihavior in Rural Trade Areas. Implications for Local Retailrs. Jurnal of Small Business Management*, 80-84.
- Nawawi. (1997), *Manajemen Sumberdaya Manusia*, Untuk Bisnis Yang Kompetitif; Cetakan Pertama, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Payne, Adrian (2000), *The Assence of service Marketing*, Prentice Hall International (UK) Ltd.
- Silalahi (1997), *Analisi Faktor Bauran Pemasaran Jasa yang Menjadi Pertimbangan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta (Studi Kasus Pemilihan Jurusan Teknik Mesin Pada Perguruan Tinggi Swasta di Malang)*, Tesis Magister Manajemen, UNBRAW Malang.
- Sumarni dan Soeprihanto. (1995), *Pengantar Bisnis, Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*, Edisi Keempat, Cetakan Pertama, Liberty, Yogyakarta.
- Soeratno dan Arsyad. (1995), *Metode Penelitian*, Untuk Ekonomi dan Bisnis, Cetakan Kedua, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Stanton. (1996), *Prinsip Pemasaran*, Alih Bahasa Drs. Sadu Sundaru, Edisi Ketuju, Jilid 2, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Terry L. Childers & Akstay R. Row (1992), *The Familial and Peerbased Rederence Group on Consumer Devision, Jurnal of ConsumerResearch*.