

## ABSTRAK

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa memilih masuk maka peneliti ingin menulis faktor-faktor apa saja yang membuat berpengaruh serta mengetahui faktor apa yang paling dominan dalam mempengaruhi mahasiswa memilih masuk di Universitas Widya Kartika.

Alat analisis yang dipakai adalah analisis faktor (multivariate). Analisis ini bertujuan untuk memperoleh jumlah minimum dari faktor-faktor yang menghasilkan variance maximum dari data-data untuk digunakan dalam analisis multivariate

Penulis mengkaitkan dengan 7p yang merupakan pengembangan dari marketing mix yaitu 4p. Secara umum langkah-langkah pengujian dalam analisis faktor adalah menyusun matrik Pada tahap ini ada dua analisis yang terpenting, yaitu :Barlett Test of Sphericity bertujuan untuk menguji hipotesis nol yang menyatakan bahwa variabel tidak terdapat korelasi. Syarat signifikan adalah 0,05. Kaiser-Meyer-Oklin (KMO) test bertujuan untuk mengetahui apakah pengambilan sampel sudah mencukupi. Jika nilai KMO berada pada range 0,6 berarti analisis faktor baik untuk digunakan atau sampel sudah mencukupi. Untuk menentukan beberapa faktor yang dapat diterima secara empirik dapat dilihat dari besarnya eigen value (nilai eigen). Apabila nilai eigen value lebih besar dari satu ( $>1$ ) maka semakin representatif faktor tersebut mewakili variabel. Pada tahap ini akan diketahui sejumlah faktor yang layak mewakili variabel. Rotasi Faktor, tujuan rotasi faktor adalah agar matrik faktor menjadi lebih sederhana sehingga mudah untuk diinterpretasikan. Interpretasi faktor tujuan langkah ini adalah menentukan variabel mana yang dapat masuk dalam suatu faktor dan yang tidak masuk dalam suatu faktor. Variabel-variabel yang masuk dalam suatu faktor harus memiliki nilai loading faktor diatas 0,5 sedangkan dibawah 0,5 akan dibuang atau tidak dimasukkan dalam faktor.

Penentuan model fit (model yang tepat / cocok). Tujuan langkah ini untuk menentukan model faktor yang dihasilkan adalah baik atau tidak. Caranya adalah dengan melihat pada nilai residual, apabila terdapat banyak sekali nilai residual yang kecil maka model tersebut baik atau layak dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Maka dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis faktor dengan menggunakan SPSS sehingga akan mengetahui faktor-faktor apa yang berpengaruh yang ada.

Pada hasil analisis terdapat lima faktor baru adalah :nilai tambah produk, akses, pelayanan, citra. Faktor yang paling dominan adalah nilai tambah produk yang mempunyai indikator besar dana / sistem biaya, jurusan / program studi, kualitas dosen, hubungan dosen dengan mahasiswa, lokasi kampus yang strategis. Dari hasil kuisioner diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi mahasiswa memilih masuk adalah besar dana / sistem pembayaran yang relatif murah dibandingkan kampus lain dengan fasilitas yang sangat memadai