

Factors Influencing Dhyana Pura University Students in Choosing Management S1 Study Programs

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Universitas Dhyana Pura dalam Memilih Program Studi S1 Manajemen

Komang Yuditya Pramana¹, Komalawati^{2*}, Ni Luh Putu Suarmi Sri Patni³

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

(*) Corresponding Author: komalawati@undhirabali.ac.id

Article info

<p>Keywords: <i>Management, Factor Analysis, Marketing Mix</i></p>	<p style="text-align: center;">Abstract</p> <p><i>The research aims to determine the factors influence Dhyana Pura University students in choosing a management undergraduate study program and to determine the dominant factors that influence Dhyana Pura University students in choosing a management undergraduate study program. This study took 105 respondents with the sample collection method used is accidental sampling. The analysis technique used is factor analysis, validity and reliability testing and descriptive analysis with the help of SPSS 23 software. The results obtained after an analysis of 7 marketing mixes (product, price, place, promotion, process, physical evidence) consist of 21 indicator. There are 6 factors that influence students in choosing a Management S1 study program, namely the cost factor with eigenvalue (4.333), process (2.528), location (1.749), physical evidence (1.612), promotion (1.200) and the latest information with eigenvalue (1.025). From the results of data analysis in this study, it is known that the dominant factor that influences students in choosing a management undergraduate study program is the cost factor with the highest eigenvalue (4,333).</i></p>
<p>Kata kunci: Manajemen, Analisis Faktor, Bauran Pemasaran</p>	<p style="text-align: center;">Abstrak</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa Universitas Dhyana Pura dalam memilih program studi S1 Manajemen dan mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi mahasiswa universitas dhyana pura dalam memilih program studi S1 manajemen. Penelitian ini mengambil 105 responden dengan metode pengumpulan sample yang digunakan adalah <i>accidental sampling</i>. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis faktor, uji validitas dan reabilitas dan analisis deskriptif dengan bantuan software SPSS 23. Hasil yang didapatkan setelah dilakukan analisis pada 7 bauran pemasaran (<i>product, price, place, promotion, process, physical evidence</i>) yang terdiri dari 21 indikator terdapat 6 faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih program studi S1 Manajemen yaitu faktor biaya dengan <i>eigenvalue</i> sebesar (4,333), proses (2,528), lokasi (1,749), bukti fisik (1,612), promosi (1,200) dan yang terakhir informasi dengan <i>eigenvalue</i> sebesar (1,025). Dari hasil analisis data pada penelitian ini didapatkan faktor dominan yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih program studi S1 manajemen adalah faktor biaya dengan <i>eigenvalue</i> tertinggi sebesar (4,333).</p>

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini bidang industri, budaya, teknologi informasi serta pendidikan mengalami banyak kemajuan. Masyarakat dihadapkan pada berbagai tantangan persaingan, khususnya dalam meningkatkan sumber daya manusia. Dimana perkembangan dan kemajuan menjadi tuntutan yang dapat memberikan kemudahan pada setiap orang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Bali merupakan salah satu daerah industri pariwisata yang dikenal oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Hal ini dibuktikan dari banyaknya wisatawan mancanegara yang mengunjungi pulau tersebut. Bali memiliki kesenian dan pertunjukan yang masih kental dengan adat dan budaya yang dimiliki oleh masing-masing daerah di Bali.

Tabel 1. Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Macanegara ke Bali 2017-2021

Tahun	Jumlah Wisatawan	Peningkatan (%)
2021	51	-100,00
2020	1.064.437	-82,98
2019	6.275.210	3,73
2018	6.070.473	6,54
2017	5.697.739	15,62

Tabel 2. Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik ke Bali 2017-2021

Tahun	Jumlah Wisatawan	Peningkatan (%)
2021	4.301.592	-6,41
2020	4.596.157	-56,81
2019	10.545.039	8,07
2018	9.757.991	11,70
2017	8.735.633	1,06

Dengan banyaknya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bali berdampak pada geliat ekonomi dan bisnis di Bali. Pesatnya sektor pariwisata mampu menjadi roda penggerak pada sektor lainnya terutama bisnis. Mulai dari bisnis akomodasi pariwisata berupa hotel, villa, restaurant, hingga bisnis pendukung pariwisata lainnya seperti spa, *traditional dance as entertainment*, watersport, dan lainnya.

Maka dari itu dibutuhkan banyak tenaga sumber daya manusia yang mumpuni dan ahli di bidangnya. Universitas Dhyana Pura merupakan salah satu sekolah tinggi yang mampu menyediakan tenaga kerja profesional dengan berbagai bidang keahlian. Universitas Dhyana Pura memiliki prodi S1 Manajemen dengan 3 bidang konsentrasi yaitu perhotelan, bisnis pariwisata, dan keuangan. Disamping itu adapun kompetitor yang dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 3. Daftar Nama Kompetitor Sekolah Tinggi Pariwisata

Nama	Alamat	Jenjang
Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua	Jl. Dharmawangsa, Korpial, Nusa Dua	D4 manajemen Kepariwisata S1 bisnis Hospitality S2 terapan Pariwisata D4 Manajemen Konvensi dan Perhotelan
Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional	Jl. Tari Kecak. No.12, Tonja	D3 Perhotelan D4 Manajemen Perhotelan D4 Manajemen Pariwisata S1 pariwisata
Akademi Pariwisata Dempasar	Jl. Tukad Balian No 15 Niti Mandala Renon Denpasar Bali	D3 Perhotelan D3 usaha perjalanan wisata
Universitas Dhyana Pura	Br. Tegalyaya, Dalung, Kuta Utara, Badung, Bali	D4 manajemen perhotelan S1 manajemen
Sekolah Tinggi Pariwisata Triatma Jaya	Jl. Kubu Gunung. No.103, Dalung	D3 Perhotelan D3 Pariwisata D4 Perhotelan

Dari tabel 3 di atas menunjukkan beberapa pesaing yang sama bergerak dalam bidang pariwisata. Hal ini menjadikan suatu sekolah tinggi harus bertahan guna menghadapi persaingan yang semakin kuat dengan meningkatkan dan menambahkan fasilitas dan kualitas jasa pelayanan pendidikan. Untuk itu sekolah harus mampu memberikan pengajaran yang terbaik serta memahami keinginan dan kebutuhan mahasiswa.

Strata pendidikan dan keahlian menjadi salah satu syarat perusahaan dalam memilih karyawan. Dalam perusahaan diharapkan para karyawan menempuh jenjang pendidikan yaitu lulusan Diploma dan Sarjana. Berikut ini tabel jumlah mahasiswa per konsentrasi manajemen tahun 2022.

Tabel 4. Jumlah Mahasiswa per Konsentrasi Manajemen Tahun 2022

No	Konsentrasi	Semester	Jumlah
1	Perhotelan	2	62
2	Bisnis pariwisata & Keuangan	2	27
3	Perhotelan	4	94
4	Bisnis pariwisata	4	31
5	Keuangan	4	11
6	Perhotelan	6	116
7	Bisnis pariwisata	6	30
8	Keuangan	6	12
9	Perhotelan	8	68
10	Bisnis pariwisata	8	9
11	Keuangan	8	8
	Total		468

Tabel di atas menunjukkan per konsentrasi manajemen yang dimiliki program studi S1 Manajemen Universitas Dhyana Pura. Dari tabel tersebut program studi yang paling banyak diminati adalah konsentrasi manajemen perhotelan yang memiliki jumlah mahasiswa 340 dari semester 2 sampai 8 Kemudian disusul oleh bisnis pariwisata dan keuangan dengan total jumlah mahasiswa 70 dan 31.

Maka dari itu penulis ingin menganalisa faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih bidang konsentrasi khususnya pada program studi S1 Manajemen pada Universitas Dhyana Pura. Sehingga hasilnya nanti akan dapat dijadikan sebagai acuan perbaikan untuk Universitas Dhyana Pura dalam meningkatkan mutu dan kualitas pendidikannya.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa Universitas Dhyana Pura dalam memilih program studi S1 Manajemen?
- 2) Faktor dominan yang mempengaruhi mahasiswa Universitas Dhyana Pura dalam memilih program studi S1 Manajemen?

Tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa Universitas Dhyana Pura dalam memilih program studi S1 Manajemen.
- 2) Mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi mahasiswa Universitas Dhyana Pura dalam memilih program studi S1 Manajemen.

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa Universitas Dhyana Pura dalam memilih program studi S1 Manajemen. jenis data kuantitatif berupa data jumlah mahasiswa aktif Universitas Dhyana Pura, dan data kualitatif berupa informasi objek penelitian, dan keterlibatan dari responden. Sumber data penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kegiatan kuisisioner, wawancara, dan observasi kepada mahasiswa aktif Universitas Dhyana Pura, dan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber lain yang bisa dijadikan referensi, struktur organisasi, dan data penunjang penelitian ini. Teknik sampel sampling aksidental. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Dhyana Pura. Dalam menentukan jumlah responden menggunakan Metode *Structural Equation Model* (SEM) dimana jumlah sampel yang dibutuhkan paling sedikit 5 kali jumlah variabel indikator (Ferdinand, 2014;54). Banyaknya responden yang diambil adalah $n \times 5$. Maka pengambilan sampel yang proposional dengan mengambil $21 \times 5 = 105$ responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis faktor yang didahului dengan uji validitas dan uji reabilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Peneliti mengolah data dengan menggunakan program SSPS versi 23 dengan data yang digunakan sebanyak 105 responden. Hasil yang diperoleh sebagai berikut:

1. Analisis deskriptif

Menurut Sugiyono (2013:250) analisis deskriptif merupakan hasil jawab yang telah diuraikan oleh setiap responden. Metode evaluasi menggunakan skala interval menentukan rata – rata dari jawaban responden. Rumus interval sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Nilai tertinggi} &= 5 \\ \text{Nilai terendah} &= 1 \\ \text{Rentang skala} &= \frac{5-1}{5} = 0,8 \end{aligned}$$

Tabel 5. Interval

Interval	Keterangan
1,00-1,80	Sangat tidak baik
1,81-2,60	Tidak Baik
2,61-3,40	Kurang Baik
3,41-4,20	Baik
4,21-5,00	Sangat Baik

Tabel 6. Analisis Deskriptif

Variable	N	Max	Min	Mean	Keterangan
Product	105	4,05	3,68	3,86	Baik
Price	105	3,14	2,79	3,04	Kurang Baik
Place	105	4,12	4,00	4,06	Baik
Promotion	105	3,83	3,20	3,56	Baik
People	105	4,13	3,46	3,80	Baik
Process	105	4,33	3,86	4,12	Baik
Physical Evidance	105	3,97	3,20	3,64	Baik

Dalam tabel di atas diketahui hasil dari penelian responden terhadap variabel mendapatkan nilai rata-rata 3,41-4,20 dengan keterangan baik dan terdapat satu variabel yang mendapatkan nilai 3,04 dengan keterangan kurang baik.

2. Uji validitas dan reabilitas

Uji validitas dan reabilitas terhadap 105 responden mendapatkan hasil r hitung > r tabel. Untuk syarat agar memenuhi ke valid data maka nilai r tabel adalah 0,195 dan nilai sig. 0,05. Maka dapat disimpulkan semua indikator yang telah diuji dinyatakan valid. Uji reabilitas dinyatakan bahwa semua indikator yang telah di uji mendapatkan nilai *alpha Cronbach* sebesar 0,817 yang artinya > 0,6. Maka dapat dikatakan semua variabel pada tabel di atas dapat diterima.

3. Uji validitas dan reabilitas

Uji validitas dan reabilitas terhadap 105 responden mendapatkan hasil r hitung $>$ r tabel. Untuk syarat agar memenuhi ke valid data maka nilai r tabel adalah 0,195 dan nilai sig. 0,05. Maka dapat disimpulkan semua indikator yang telah diuji dinyatakan valid. Uji reabilitas dinyatakan bahwa semua indikator yang telah di uji mendapatkan nilai *alpha Cronbach* sebesar 0,817 yang artinya $>$ 0,6. Maka dapat dikatakan semua variabel pada tabel di atas dapat diterima.

4. Analisis faktor

Dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor dengan 4 tahap yang digunakan sebagai berikut:

Tahap I

Menguji kelayakan analisis menggunakan uji KMO *Bartlett's test* dan *Measure of sampling adequacy* (MSA)

Tabel 7. Uji KMO *bartlett's test*

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.725
Bartlett's Test	Approx. Chi-Square	612.398
of Sphericity	df	171
	Sig.	.000

Tabel 7 di atas dapat dijelaskan bahwa hasil dari uji *Barlett's Test of Sphericity* mendapatkan hasil sebesar 612.398 dengan signifikasi 0,000 dan nilai KMO sebesar 0,725. Adapun syarat – syarat yang dibutuhkan agar lolos dari uji ini yaitu nilai KMO harus $>$ 0,5 dan nilai sig. dibawah 0,05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Uji KMO pada tabel di atas tepat.

Tabel 8. *Measure of sampling adequacy* (MSA)

No	Indikator	kode	Anti-Image Correlation
1	Program studi studi manajemen konsentrasi perhotelan	X1.1	0,622
2	Program studi manajemen konsentrasi bisnis pariwisata	X1.2	0,769
3	Program studi manajemen konsentrasi keuangan	X1.3	0,730
4	Biaya SPP dan SKS	X2.1	0,821
5	Biaya uang gedung.	X2.2	0,725
6	Biaya praktek	X2.3	0,795
7	Tempat yang mudah dijangkau.	X3.1	0,668
8	Lokasi yang Luas.	X3.2	0,660
9	Mengetahui dari website Kampus.	X4.1	0,616
10	Mengetahui dari brosur kampus.	X4.2	0,728

11	Mengetahui dari presentasi ke sekolah.	X4.3	0,735
12	Dosen memiliki latar pendidikan yang sesuai.	X5.1	0,812
13	Kemudahan dalam melakukan pembayaran.	X6.1	0,808
14	Kemudahan dalam mengakses informasi.	X6.2	0,782
15	Cara melakukan proses pembayaran.	X6.3	0,658
16	Suasana kampus yang nyaman.	X7.2	0,640
17	Lay out gedung tertata.	X7.3	0,609
18	Tempat parkir luas.	X7.4	0,712
19	Keamanan di sekitar lingkungan kampus.	X7.5	0,760

Tahap II

Melakukan ekstraksi guna mendapatkan lebih sedikit faktor dari sejumlah variabel dan sumbangan faktor terhadap keseluruhan variabel. Metode yang digunakan untuk melakukan proses ini adalah *principal componrnt analysis*. Proses selanjutnya rotasi faktor untuk memperjelas suatu variabel terbentuk yang secara signifikan berbeda dengan faktor lain.

Tabel 9. *Commualities*

Indikat or	Initial	Extraction
Program studi manajemen konsentrasi perhotelan	1.000	0,654
Program studi manajemen konsentrasi bisnis pariwisata	1.000	0,610
Program studi manajemen konsentrasi keuangan	1.000	0,713
Biaya SPP dan SKS	1.000	0,632
Biaya uang gedung.	1.000	0,722
Biaya praktek	1.000	0,720
Tempat yang mudah dijangkau.	1.000	0,624
Lokasi yang Luas.	1.000	0,724
Mengetahui dari website Kampus.	1.000	0,767
Mengetahui dari brosur kampus.	1.000	0,634
Mengetahui dari presentasi ke sekolah.	1.000	0,669
Dosen memiliki latar pendidikan yang sesuai.	1.000	0,601
Kemudahan dalam melakukan pembayaran.	1.000	0,651
Kemudahan dalam mengakses informasi.	1.000	0,521
Cara melakukan proses pembayaran.	1.000	0,691
Suasana kampus yang nyaman.	1.000	0,612
Lay out gedung tertata.	1.000	0,693
Tempat parkir luas.	1.000	0,635
Keamanan di sekitar lingkungan kampus.	1.000	0,573

Tabel *commualities* di atas dapat dijelaskan bahwa dari ke 19 indikator yang sudah di uji tersebut. Jika terdapat indikator yang kurang dari 0,5, maka indikator tersebut harus di eliminasi dan dilakukan pengujian ulang. Hasil yang didapatkan setelah dilakukannya pengujian ulang terdapat 19 indikator memiliki rata – rata nilai di atas komunal yaitu 0,5 atau 50%.

Tabel 10. Total Variance Explained

Component	Total	% of Variance	Cumulative%
1	4,333	22,804	22,804
2	2,528	1,307	36,111
3	1,749	9,205	45,317
4	1,612	8,482	53,799
5	1,200	6,315	60,114
6	1,025	5,397	65,511
7	0,889	4,681	70,192
8	0,665	4,553	74,745
9	0,715	3,765	78,510
10	0,619	3,256	81,766
11	0,548	2,883	84,646
12	0,524	2,760	87,409
13	0,446	2,349	89,758
14	0,407	2,145	91,903
15	0,360	1,894	93,797
16	0,324	1,704	95,501
17	0,309	1,628	97,129
18	0,301	1,586	98,714
19	0,244	1,286	100,000

Hasi dari uji total *Variance Explained* pada tabel di atas dalam menentukan faktor terbentuk maka dapat dilihat dari *eigenvalue* yang harus di atas satu (1). Dari tabel di atas indikator 1 sampai dengan indikator 6 memiliki *eigenvalue* diatas satu (1) sedangkan indikator 7 sampai 19 mendapatkan nilai di bawah satu. Maka proses ini berhenti sampai pada 6 indikator dari 19 indikator yang diuji.

Tabel 11. Component Matrix

	Component					
	1	2	3	4	5	6
X1.1	0,411	-0,169	0,149	-0,324	-0,081	0,569
X1.2	0,574	-0,335	0,192	-0,314	-0,155	-0,096
X1.3	0,472	-0,322	0,210	-0,212	0,274	-0,472
X2.1	0,617	-0,367	0,049	0,240	-0,196	-0,133
X2.2	0,382	-0,675	0,167	0,188	-0,044	-0,237
X2.3	0,598	-0,441	-0,075	0,246	-0,294	0,123
X3.1	0,399	0,290	-0,259	0,258	-0,455	-0,202
X3.2	0,425	0,494	-0,444	0,155	-0,206	-0,191
X4.1	0,409	0,144	-0,405	-0,029	0,628	-0,142
X4.2	0,452	-0,214	-0,482	0,161	0,245	0,253
X4.3	0,466	-0,287	-0,455	0,259	0,099	0,293
X5.1	0,480	0,548	-0,174	-0,065	0,098	-0,159
X6.1	0,620	0,184	0,034	-0,428	-0,065	0,210
X6.2	0,654	0,009	0,121	-0,159	0,221	-0,060
X6.3	0,428	0,247	-0,027	-0,663	-0,086	-0,001
X7.2	0,386	0,106	0,437	0,427	0,254	0,123
X7.3	0,240	0,444	0,430	0,388	0,248	0,201
X7.4	0,438	0,588	0,140	0,136	-0,239	0,050
X7.5	0,420	0,272	0,547	0,147	-0,014	-0,047

Pada uji *Component Matrix* dalam menentukan suatu indikator masuk ke dalam sebuah faktor masih sulit untuk ditentukan, karena nilai pada masing-masing indikator memiliki nilai korelasi yang hampir sama besar dengan indikator lain. Maka pada tahap ini perlunya dilakukan rotasi yang dapat menjelaskan indikator mana yang dapat masuk kedalam sebuah faktor.

Tabel 11. *Rotated Component Matrix*

	Compon ent					
	1	2	3	4	5	6
X1.1	0,101	0,669	- 0,197	0,130	0,302	-0,223
X1.2	0,603	0,494	- 0,004	- 0,015	0,001	0,045
X1.3	0,624	0,180	- 0,116	0,043	- 0,139	0,506
X2.1	0,703	0,071	0,205	0,140	0,265	-0,038
X2.2	0,815	- 0,089	- 0,162	0,018	0,156	0,004
X2.3	0,625	0,137	0,173	0,063	0,475	-0,225
X3.1	0,169	- 0,008	0,760	0,027	0,091	-0,095
X3.2	- 0,066	0,057	0,807	0,011	0,169	0,190
X4.1	- 0,054	0,066	0,123	0,053	0,373	0,776
X4.2	0,123	0,083	0,076	- 0,031	0,743	0,231
X4.3	0,209	0,043	0,111	- 0,018	0,779	0,066
X5.1	- 0,111	0,268	0,551	0,206	0,024	0,413
X6.1	0,087	0,748	0,207	0,125	0,110	0,116
X6.2	0,326	0,421	0,090	0,272	0,120	0,375
X6.3	- 0,005	0,750	0,212	- 0,122	- 0,143	0,220
X7.2	0,183	- 0,036	- 0,020	0,746	0,124	0,071
X7.3	- 0,152	- 0,011	0,088	0,812	0,009	0,051
X7.4	- 0,076	0,260	0,585	0,460	- 0,064	-0,062
X7.5	0,214	0,195	- 0,166	0,644	- 0,216	0,011

Pada hasil dari rotasi penelitian ini menggunakan rotasi *varimax* dapat menjelaskan indikator yang memiliki korelasi mendekati nilai mutlak maka hasil yang didapatkan dari tabel di atas dapat dikelompokkan menjadi beberapa faktor sebagai berikut:

Faktor 1 Terdiri dari:

X1.2 yaitu Program studi manajemen konsentrasi bisnis pariwisata. X1.3 yaitu Program studi manajemen konsentrasi keuangan.

X2.1 yaitu Biaya spp dan sks. X2.2 yaitu Biaya uang gedung X2.3 yaitu Biaya uang praktek

Maka pada faktor 1 yang memiliki nilai terbesar akan menjadi perwakilan penamaan faktor. Dilihat pada tabel di atas X2.2 mendapatkan nilai sebesar 0,815, sehingga faktor satu diberi nama **Faktor Biaya**

Faktor 2 Terdiri dari:

X1.1 yaitu Program studi manajemen konsentrasi perhotelan X6.1 yaitu Kemudahan dalam melakukan proses pembayaran. X6.3 yaitu cara melakukan proses pembayaran

Pada faktor 2 yang memiliki nilai terbesar akan menjadi perwakilan penamaan faktor. Dilihat pada tabel di atas X6.3 mendapatkan nilai sebesar 0,750, sehingga faktor satu diberi nama **Faktor Proses**

Faktor 3 Terdiri dari:

X3.1 yaitu Tempat yang mudah di jangkau. X3.2 yaitu Lokasi kampus yang luas.

X5.1 yaitu Dosen memiliki latar pendidikan yang sesuai. X7.4 yaitu Tempat parkir luas.

Pada faktor 3 yang memiliki nilai terbesar akan menjadi perwakilan penamaan faktor. Dilihat pada tabel di atas X3.2 mendapatkan nilai sebesar 0,807, sehingga faktor satu diberi nama **Faktor Lokasi**

Faktor 4, terdiri dari:

X7.2 yaitu Suasana kampus yang nyaman. X7.3 yaitu *Lay out* gedung tertata.

X7.5 yaitu Keamanan di sekitar lingkungan kampus.

Pada faktor 4 yang memiliki nilai terbesar akan menjadi perwakilan penamaan faktor. Dilihat pada tabel di atas X7.3 mendapatkan nilai sebesar 0,812, sehingga faktor satu diberi nama **Faktor Bukti Fisik**

Faktor 5, terdiri dari:

X4.2 yaitu Mengetahui Informasi kampus melalui sebaran brosur. X4.3 yaitu Mengetahui dari presentasi ke sekolah.

Pada faktor 5 yang memiliki nilai terbesar akan menjadi perwakilan penamaan faktor. Dilihat pada tabel di atas X4.3 mendapatkan nilai sebesar 0,779, sehingga faktor satu diberi nama **Faktor Promosi**

Faktor 6, terdiri dari:

X4.1 yaitu Mengetahui informasi melalui website kampus.

Pada faktor 6 yang memiliki nilai terbesar akan menjadi perwakilan penamaan faktor. Dilihat pada tabel di atas X4.1 mendapatkan nilai sebesar 0,776, sehingga faktor satu diberi nama **Faktor Informasi**.

Tahap IV

Pada penelitian ini uji ketetapan model dilakukan untuk mengetahui besarnya residual yang didapatkan pada seluruh indikator. Besarnya residual yang didapatkan adalah sebesar 46,0% atau sebanyak 80 residual. Hal ini dapat disimpulkan model ketetapan diterima sebesar 54%.

SIMPULAN

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari proses analisis yang telah dilakukan didapatkannya 6 (enam) faktor yang terbentuk dengan memiliki *initial eigenvalue* 1 atau lebih dari 1. Maka faktor – faktor yang mempengaruhi mahasiswa Universitas Dhyana Pura dalam memilih program studi S1 Manajemen antara lain:
 - a. **Faktor Biaya** yang terdiri dari program studi manajemen konsentrasi bisnis & pariwisata, program studi manajemen konsentrasi keuangan, biaya SPP dan SKS, biaya uang gedung dan biaya praktek.
 - b. **Faktor Proses** yang, terdiri dari program studi manajemen konsentrasi perhotelan, kemudahan dalam melakukan proses pembayaran dan cara melakukan proses pembayaran
 - c. **Faktor Lokasi** yang, terdiri dari tempat yang mudah di jangkau, lokasi kampus yang luas, dosen memiliki latar pendidikan yang sesuai, tempat parkir luas.
 - d. **Faktor Bukti Fisik** yang, terdiri dari suasana yang nyaman *lay out* bangunan tertata dan keamanan di sekitar lingkungan kampus
 - e. **Faktor Promosi** yang, terdiri dari mengetahui informasi dari persentasi ke sekolah.
 - f. **Faktor Informasi** yang, terdiri dari mengetahui informasi melalui website kampus dan kemudahan dalam mengakses informasi.
2. Faktor dominan mempengaruhi mahasiswa Universitas Dhyana Pura dalam memilih program studi S1 manajemen adalah **Faktor Biaya**. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai *eigenvalue* yang memiliki nilai sebesar (4,333).

SARAN

Berdasarkan hasil penilaian mahasiswa adapun saran yang diajukan untuk meningkatkan jumlah mahasiswa yang berkuliah di Universitas Dhyana Pura antara lain:

1. Berdasarkan penilaian mahasiswa, pada variabel harga mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,04 yang dimana nilai tersebut lebih rendah dari variabel lainnya. Diharapkan hal tersebut bisa menjadi evaluasi bagi Universitas Dhyana Pura untuk dapat memberikan pelayanan serta kualitas mutu pendidikan yang lebih baik lagi.
2. Berdasarkan hasil analisa penulis, nilai uji ketetapan model yang didapat adalah sebesar 54%. Maka diharapkan untuk penelitian selanjutnya, agar mendapat nilai uji ketetapan model.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Dhyana Pura telah mendukung peneliti dalam penulisan artikel ini, serta terima kasih kepada para dosen di Universitas Dhyana Pura yang telah membimbing dalam menyelesaikan artikel ini. Semoga artikel ini dapat bermanfaat bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusti, I. S. & Putra, P. D. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Memilih Jurusan. *Niagawan*, 7(2), 90-94.
- Ana, T. Y. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS (Studi pada Angkatan 2014 dan 2015). *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, 2(1).
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Astarini, S. D. A. M. (2020). *Manajemen Desain: Desain Bangunan Berbasis Kinerja*. N.p., Deepublish.
- Ferdinand. (2014). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Semarang: BP UNDIP.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. (n.p.): Penerbit Qiara Media.
- Jusuf, D. I. (2021). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. (n.p.): Penerbit Andi.
- Liu, Y., Kamnuansilpa, P., & Hirofumi, A. (2018). *Factors affecting international students' decisions on destination for studying abroad: A case study in China*. *Frontiers of Education in China*, 13(1), 93-118.
- Muhayatsyah, A. & Anita, P. S. (2021). *Studi Pemasaran Jasa Pendidikan: Faktor-Faktor yang Memengaruhi Mahasiswa Memilih Program Studi Baru*.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. (2020). (n.p.): Media Sains Indonesia.
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS*. Yogyakarta. Gava Media.
- Rahmawati. 2016. *Manajemen Pemasaran*. N.p., Mulawarman University Press.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Edisi Ketiga. N.p., Prenada Media.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sutopo. & Slamet. (2017). *Statistik Inferensial*. (n.d.). (n.p.): Penerbit Andi.
- Syam, M., Sembiring, B. K. F., Maas, L. T., & Pranajaya, A. (2019). *The Analysis of Marketing Mix Strategy Effect on Students Decision to Choose Faculty Economics and Business of Universitas Dharmawangsa Medan*. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(6), 71-80.
- Uhai, S., Iswandari, R. K., & Oktavianti, R. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa/i Memilih Program Studi Pariwisata Jurusan Pariwisata di Politeknik Negeri Samarinda. *EDUTOURISM Journal of Tourism Research*, 1(01), 45-54.
- Usman, N. & Murniati. (2019). *Pengantar Manajemen Pendidikan*. (n.p.): AnImage. W. (2014). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Teori dan Implementasi*. (2014). (n.p.): Deepublish.
- Yulianta, dkk. (2019). *Manajemen Pemasaran*. N.p., Deepublish.