

FAKTOR-FAKTOR PEMILIHAN JURUSAN DENGAN ANALISIS CONTJOINT BERDASARKAN PREFERENSI MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN INFORMATIKA

Dewi Yuliandari¹, Feri Prasetyo H²

^{1,2} Jurusan Manajemen Informatika

Akademi Manajemen Informatika dan Komputer Bina Sarana Informatika Jakarta

Jl. RS. Fatmawati No.24 Pondok Labu – Jakarta Selatan

dwy_dewi@yahoo.com; feriphd@yahoo.co.id

Abstract

Department of Informatics management courses are courses and courses that most preferred students AMIK BSI Bekasi, taken from the previous analysis of the factors that most influence according to the research of the Ermayanti (2009) summing up the results of research on SMK selection Department showing the formation of the new factors resulting from analysis of the major factors in determining the appropriate Factor, is the ability and hope, pleasure, encouragement Factors outside parties, consideration of the Factors of society, Factors appropriate gusto hobby, a factor of economic status, comprehensiveness, parasarana means and support Factors, family Factors, relationship information, favorite Factor and factor in the support of friends. Of factors – these factors which most influenced the decision of the election Department, and in this activity Using quantitative research, with this type of research descriptive research and eksploratori. By using the concept of Conjoint Analysis Is the analysis of the results of activities of mutivarian which will form the patterns to estimate the outcome of the opinion of the respondents.

Keywords: *Informatics Management, Conjoint Analysis*

1. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan masalah yang sangat penting dalam kehidupan, Didalam undang undang sistem pendidikan nasional ditetapkan melalui undang-undang berupa Undang-undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1989 karena pendidikan sudah menjadi kebutuhan primer dalam rangka membina dan membentuk watak serta kepribadian bangsa agar menjadi bangsa yang berbudaya dan beradab.

Pepatah lain mengatakan tuntutan ilmu sampai ke Negeri Cina. Dari hal tersebut diatas dari sekian banyak jenjang pendidikan salah satunya adalah Tingkat Diploma Tiga atau lebih dikenal dengan istilah DIII, Dari sekian banyak akademi, Akademi Manajemen Informatika dan Komputerlah yang paling banyak diminati terutama pada Jurusan Manajemen Informatika Di AMIK BSI. Dari sinilah muncul mengapa jurusan ini paling banyak diminati? Dan bahkan dalam satu kelas bisa mencapai seratus. Dan faktor apakah yang mempengaruhi sehingga jurusan ini menjadi jurusan yang paling banyak diminati. Dan mari kita olah dengan menggunakan Conjoint analisis sebagai acuannya dan mendapatkan

keputusan untuk membuka jurusan ini di tempat lain, berdasarkan preferensi mahasiswa.

2. LANDASAN TEORI

a. Keputusan

Menurut Eddy Herjanto dalam Sarwono (2009) teori keputusan adalah suatu pendekatan analitik untuk memilih alternatif terbaik dari satu keputusan. Teori keputusan dimaksudkan untuk memberikan alat bagi manajemen dalam memberikan proses pengambilan keputusan berdasarkan kegiatan teori keputusan ada 3 jenis kondisi antara lain:

1. “Ketidakpastian” adalah situasi dimana lebih dari satu hasil yang mungkin terjadi di satu keputusan dan probabilitas disetiap kemungkinan tidak diketahui.
2. “Beresiko” adalah dimana situasi terdapat pilihan dari satu keputusan yang terjadi dan probabilitas setiap hasil diketahui. atau di perkirakan oleh pengambil keputusan
3. “Kepastian” adalah mengacu dari kondisi dimana hanya ada satu kondisi yang mungkin terjadi dari satu keputusan, dan hasil ini diketahui dengan tepat oleh pengambil keputusan.

b. Pengambilan Keputusan

Menurut Simon (1977) dalam Efrain Turban (2004) Pengambilan keputusan adalah sebuah proses memilih tindakan (di antara berbagai alternative) untuk mencapai suatu tujuan atau beberapa tujuan. Masalah terjadi ketika sebuah sistem tidak memenuhi tujuan yang telah ditetapkan, tidak mencapai hasil yang diprediksi atau tidak bekerja seperti yang direncanakan. Membedakan pengambilan keputusan dan pemecahan masalah dapat sangat membingungkan. Satu cara untuk membedakan keduanya adalah dengan memeriksa fase-fase keputusan. Fase ini adalah: (1) intelegensi, (2) Desain, (3) pilihan dan (4) implementasi. Fase 1 sampai 3 merupakan dasar pengambilan keputusan, yang diakhiri dengan suatu rekomendasi. Sedangkan pemecahan masalah adalah serupa dengan pengambilan keputusan (fase 1 sampai 3) ditambah dengan implementasi dari rekomendasi (fase 4). Pemecahan/penyelesaian masalah tak hanya mengacu ke solusi dari area masalah/kesulitan- kesulitan tapi mencakup juga penyelidikan mengenai kesempatan-kesempatan yang ada.

Menurut Sutisna dalam Safarudin (2004) Suatu keputusan ialah proses memilih tindakan tertentu antara sejumlah tindakan alternative yang mungkin. Menurut Gigtch (1997) berpendapat bahwa pendekatan sistem merupakan proses pengambilan keputusan yang digunakan untuk mendesain sistem. Pengambilan keputusan adalah proses berfikir yang meliputi semua aktivitas pemecahan masalah, berdasarkan preferensi konsumen.

c. Analisis data

Menurut Imam Ghozali (2009) Tujuan dari Analisis data dapat dikatakan untuk mendapatkan informasi yang relevan yang terkandung dalam data tersebut dan menggunakan hasil untuk memecahkan satu masalah. Permasalahan yang ingin dipecahkan biasanya di buat dalam satu bentuk atau lebih hipotesis nol. Sampel data yang dikumpulkan digunakan untuk menguji suatu penolakan atau non penolakan hipotesis nol secara statistik. Atau dapat dikatakan menggambarkan satu permasalahan dan informasi yang relevan yang terkandung dalam data yang digunakan untuk menguji secara statistik hipotesis nol. Dengan menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi dan analisis faktor berguna untuk menganalisis sejumlah variabel dari suatu pengamatan yang dititikberatkan dari teori dan kenyataan yang sebenarnya dan menganalisis interkorelasi (hubungan) antar variabel tersebut untuk menetapkan apakah variasi-variasi yang

tampak dalam variabel tersebut berasal atau berdasarkan sejumlah faktor dasar yang jumlahnya lebih sedikit dari jumlah variasi yang ada di dalam variabel.

4. Analisa *Conjoint*

Menurut Singgih (2003) Analisa conjoint pada prinsipnya bertujuan untuk memperkirakan pola pendapat responden (*estimates part-worth*) dengan pendapat aktual para responden. Tingginya angka korelasi antar keduanya disebut dengan *predictive accuracy*.

Teknik ini diperkenalkan pada tahun 1971, dan diperkirakan dipakai lebih dari 5000 model selama 17 tahun pertama di Amerika Aaker et. all, (2003) Dalam pemasaran teknik analisa konjoin biasanya digunakan untuk hal-hal sebagai berikut:

- a. Menentukan tingkat kepentingan relatif atribut-atribut pada proses pemilihan yang dilakukan oleh konsumen.
- b. Membuat estimasi pangsa pasar suatu produk tertentu yang berbeda tingkat atributnya.
- c. Untuk menentukan komposisi produk yang paling disukai oleh konsumen.
- d. Untuk membuat segmentasi pasar yang didasarkan pada kemiripan preferensi terhadap tingkat-tingkat atribut.

Analisis Konjoin (*Conjoint Analysis, considered Jointly*) merupakan suatu metode yang dapat digunakan untuk membantu mendapatkan kombinasi atau komposisi atribut-atribut suatu produk atau jasa baik baru maupun lama yang paling disukai konsumen. Selain itu menurut Green & Krieger (1991) analisis ini dapat juga dimanfaatkan untuk :

- a. Merancang harga,
- b. Memprediksi tingkat penjualan atau penggunaan produk (*market share*), uji coba konsep produk baru, segmentasi preferensi
- c. Merancang strategi promosi

Menurut Santoso (2003) langkah proses Conjoint adalah sebagai berikut:

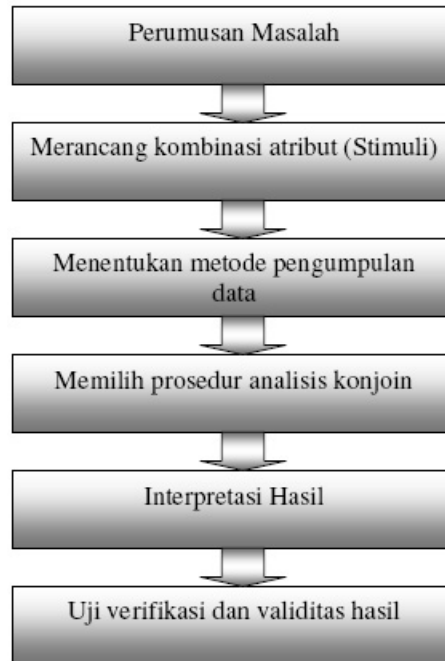
1. Menentukan atribut dan taraf attribut yang spesifik.
2. Mendesain stimuli, kombinasi antara atribut dan taraf atribut disebut sebagai satu stimuli atau *treatment*.

Kata *conjoint* menurut para praktisi riset pemasaran diduga berasal dari kata *CONsidered JOINTly*. Sebenarnya kata *conjoint* diturunkan dari kata *to conjoint* yang berarti *joined together* atau bekerja sama (<http://www.sawtoothsoftware.com>, 2002).

Analisis konjoin didefinisikan sebagai suatu teknik yang secara spesifik digunakan untuk memahami keinginan atau preferensi konsumen terhadap suatu produk atau jasa dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai

kepentingan relatif berbagai atribut suatu produk (Hair et. al., 1995).

Berikut ini gambaran tentang tahapan yang harus dilalui dalam metode analisis konjoin:



Gambar 1. Tahapan Analisis *Conjoin*

Sumber: Santoso, 2003

Pada gambar 1 dari tahapan analisis *conjoin* dijelaskan sebagai berikut:

a. Perumusan masalah

Hal yang terpenting dalam merumuskan masalah dalam analisa conjoint ialah peneliti harus mampu mengidentifikasi terlebih dahulu atribut-atribut penentu tingkatannya yang akan digunakan untuk membuat stimulus.

b. Merancang kombinasi atribut (stimuli)

Ada dua strategi dalam menyusun stimulus : pertama, pendekatan berpasang-pasangan (atau evaluasi dua faktor), kedua: pendekatan prosedur profil lengkap (atau evaluasi faktor banyak). Pendekatan pertama, responden mengevaluasi dua atribut sekaligus sampai semua kemungkinan pasangan atribut selesai dievaluasi.

c. Menentukan metode pengumpulan data

Data input bisa berupa data non para metrik atau para metrik. Untuk data non para metrik, Responden diminta untuk memberikan evaluasi berdasarkan peringkat. Jika digunakan pendekatan berpasang-pasangan, responden

meranking semua sel pada masing-masing matriks sesuai dengan keinginan mereka. Apabila digunakan pendekatan profil lengkap, responden diminta untuk meranking semua profil stimulus. Untuk data parametrik, responden memberikan rating.

d. Memilih prosedur analisis *conjoin*

Model dasar analisa Conjoint ialah model matematis yang mengekspresikan hubungan fundamental antara atribut dan kegunaan.

e. Interpretasi Hasil

Berdasarkan nilai kegunaan didapatkan peringkat atribut-atribut yang telah dipilih oleh responden.

f. Uji verifikasi dan validitas hasil

Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas analisa conjoint diantaranya ialah:

- 1). Uji keselarasan model estimasi perlu dievaluasi, jika variabel dummy digunakan dalam regresi, nilai R^2 akan menunjukkan sejauh mana model cocok dengan datanya.
- 2). Menguji kembali reliabilitas bisa dilakukan dengan cara menduplikasi sebagian hasil

analisa dengan cara mengetes ulang ke beberapa responden lain untuk melihat konsistensi hasilnya.

- 3). Untuk menguji validasi dapat diprediksi berdasarkan fungsi sebagian yang telah diestimasi, kemudian evaluasi yang diprediksi dikorelasikan dengan hasil yang diperoleh dari penelitian di lapangan.
- 4). Apabila peneliti melakukan analisa secara total sample estimasi dapat dipecah-pecah dengan berbagai cara, kemudian pada sub-sample sub-sample dilakukan analisa conjoint. Hasilnya kemudian di cek silang untuk mengetahui stabilitas hasil analisa conjoint yang telah dilakukan.

e. Penelitian Sebelumnya

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan, faktor faktor yang didapat dalam kegiatan ini berdasarkan dari hasil penelitian sebelumnya Ermayanti (2009) menyimpulkan Hasil penelitian menunjukkan pembentukan faktor-faktor baru hasil dari analisis faktor dalam menentukan jurusan adalah: (1) Faktor sesuai kemampuan dan harapan, (2) Faktor kesenangan, (3) Faktor dorongan pihak luar, (4) Faktor pertimbangan animo masyarakat, (5) Faktor sesuai hobi, (6) Faktor status ekonomi, (7) Faktor kelengkapan sarana dan prasarana, (8) Faktor dukungan keluarga, (9) Faktor informasi relasi, (10) Faktor favorit, dan (11) Faktor dukungan teman.

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan jenis penelitian eksploratori dan penelitian deskriptif. Populasi penelitian adalah mahasiswa BSI Cikarang Dengan Menggunakan Metode:

a. Study Literatur

Dalam Kegiatan ini melakukan/ Mencari beberapa Materi yang valid untuk digunakan bahan studi antara lain buku pelajaran, text book, manual book, jurnal, paper bahkan artikel *Web Site* dari para akademisi Yang berkaitan dengan dengan topik pembahasan.

b. Analisa Data Pengambilan kesimpulan

Dari data - data yang telah ada yang penulis analisa mulai dari tahap penentuan faktor, analisis faktor tersebut digunakan untuk saling mencari hubungan antara level yang satu dengan level lainnya, dan mengetahui faktor dominan apa saja dalam masalah tersebut. dan pengambilan data proses serta penyelesaian dari kasus yang ada, data

tersebut dianalisa sehingga mendapatkan satu hasil kesimpulan Dan Untuk membuat segmentasi pemilihan yang didasarkan pada kemiripan preferensi/pendapat dari responden.

c. Analisis Conjoint

Merupakan Analisis multivarian yang digunakan sebagai riset suatu pemasaran mengenai pola untuk memperkirakan hasil pendapat responden Persyaratan untuk melakukan analisis conjoint diperlukan 2 file yaitu :

1. File Data, yaitu berisi nilai preferensi atau berupa ranking atribut yang diberikan oleh konsumen.
2. File Perencanaan, yaitu berisi seperangkat atribut produk yang dinilai responden dan harus dibuat dengan menggunakan prosedur *Generated Orthogonal Design*.

Beberapa pilihan subperintah untuk analisis conjoint ialah :

1. Subperintah Subject, perintah ini memungkinkan kita untuk membuat spesifikasi suatu variabel yang berasal dari file data untuk digunakan sebagai penanda (identifier).
2. Subperintah Factors, perintah ini memungkinkan kita untuk membuat spesifikasi model yang menggambarkan hubungan yang diharapkan antara semua faktor dengan ranking atau nilai.
3. Subperintah Print, perintah ini memungkinkan kita mengontrol isi hasil tabular.
4. Subperintah Plot, perintah ini digunakan untuk mengontrol apakah plots akan dimasukkan ke dalam ke dalam keluaran atau tidak.
5. Subperintah Utility, perintah ini digunakan untuk menuliskan file data SPSS yang berisi informasi detail untuk masing-masing subjek

4. PEMBAHASAN DAN HASIL

a. Kerangka Konsep

Kegiatan ini bertujuan untuk mengambil keputusan apakah faktor yang mempengaruhi pemilihan jurusan Manajemen informatika ini yang paling dominan dengan Penerapan Analisa konjoin, kegiatan yang dilakukan disini pada dasarnya memiliki tujuan untuk memperkirakan dari beberapa pola pendapat responden dengan pendapat aktual

Tabel 1 Model Persamaan

| | | |
|--------------------------|---|---------------------------|
| Y1 | = | X1 + X2 + X3 + + Xn |
| (non-metrik atau metric) | | (non-metrik) |

Sumber: Ghozali,2006

1. Variabel independen (X) sering disebut dengan faktor, faktor berupa data non-metrik (model rumah, motif pakaian dsb), bagian dari faktor disebut level.
2. Sedangkan variabel dependen (Y1) adalah pendapat keseluruhan (overall preference) dan responden terhadap sekian faktor dan level pada sebuah produk atau jasa.

Model ini dinamakan discrete dimana menunjukkan bahwa tingkatan faktor bersifat kategorikal dan tidak ada asumsi yang dibuat untuk hubungan antara faktor dan nilai atau ranking

b. Hasil

1. Profil Responden

Responden yang diberikan pernyataan sebanyak 75 yaitu mahasiswa semester 1 yang memilih Jurusan Manajemen Informatika

2. Menentukan Faktor

Hasil penelitian ini menunjukkan pembentukan faktor-faktor baru hasil dari analisis faktor diambil dari penelitian sebelumnya Ermayanti (2009) adalah:

- a) Faktor sesuai kemampuan dan harapan. Digunakan sebagai faktor kesesuaian kemampuan yang dimiliki oleh calon mahasiswa dalam memilih program studi Manajemen Informatika.
- b) Faktor kesenangan, digunakan untuk mencari kesesuaian keinginan dari setiap calon mahasiswa apakah pemilihan jurusan tersebut berdasarkan kesenangan pribadi atau orang lain.
- c) Faktor dorongan pihak luar, digunakan sebagai faktor eksternal dari calon mahasiswa, apakah dalam pemilihan program studi dipengaruhi oleh dorongan pihak luar.

- d) Faktor pertimbangan animo masyarakat. Digunakan sebagai faktor pertimbangan yang dilakukan apakah animo masyarakat mempengaruhi dalam pemilihan program studi ini.
- e) Faktor sesuai hobi, digunakan untuk menentukan apakah pemilihan program studi ini dipengaruhi dengan hobi calon mahasiswa.
- f) Faktor status ekonomi, digunakan apakah faktor ini mempengaruhi tingkat pemilihan program studi Manajemen Informatika.
- g) Faktor kelengkapan sarana dan prasarana, digunakan apakah faktor ini mempengaruhi pemilihan program studi tersebut.
- h) Faktor dukungan keluarga, digunakan apakah faktor ini mempengaruhi dari pemilihan program studi.
- i) Faktor informasi relasi, digunakan apakah faktor ini dari calon mahasiswa dipengaruhi oleh relasinya.
- j) Faktor favorit, dan
- k) Faktor dukungan teman.

Sehingga syntax yang digunakan dalam SPSS syntax editor

```
ORTHOPLAN /FACTORS =
KEMAMPUAN 'kemampuan' ('sesuai' 'tidak
sesuai') KESENANGAN 'kesenangan'
('senang' 'tidak senang' ) MOTIVASI
'dorongan pihak luar' ('tempat kerja'
'keluarga') ANIMO_MASYARAKAT
'pertimbangan animo masyarakat' ('baik'
'kurang baik') HOBI 'hobi' ('sesuai hobi'
'tidak sesuai hobi') STATUS_EKOMOMI
'status ekonomi' ('mapan' 'tidak mapan')
SARANA_PRASARANA 'kelengkapan
sarana dan parasarana' ('lengkap' 'tidak
lengkap') KELUARAGA 'dukungan
keluarga' ('didukung' 'tidak didukung')
RELASI 'informasi relasi' ('teman' 'pacar')
TEMAN 'dukungan teman' ('ada' 'tidak ada')
/HOLDOUT =0.
```

Tabel 2. Model *Description* (All factors are orthogonal)

| <i>Attribute</i> | <i>N of Levels</i> | <i>Relation to Ranks or Scores</i> |
|------------------|--------------------|------------------------------------|
| KEMAMPUAN | 2 | <i>Discrete</i> |
| KESENANGAN | 2 | <i>Discrete</i> |
| MOTIVASI | 2 | <i>Discrete</i> |
| ANIMO_MASYARAKAT | 2 | <i>Discrete</i> |
| HOBİ | 2 | <i>Discrete</i> |
| STATUS_EKOMOMI | 2 | <i>Discrete</i> |
| SARANA_PRASARANA | 2 | <i>Discrete</i> |
| KELUARAGA | 2 | <i>Discrete</i> |
| RELASI | 2 | <i>Discrete</i> |
| TEMAN | 2 | <i>Discrete</i> |

Sumber: Penulis

3. Mendesain Stimuli

Stimuli dapat dikatakan sebagai beberapa kumpulan atau kombinasi antara faktor dengan level, dalam hal ini stimuli didapat dari hasil konversi othoplan dengan faktor yang ada, hasil kegiatan ini ada 12 stimuli, maka beberapa responden diminta memberikan pendapat atas ke 12 stimuli dengan cara melakukan ranking berdasarkan preferensi pendapat pemilih dengan dengan acuan memberi angka (1 = paling disukai dan 12 = kurang disukai). Pendapat setiap responden berdasarkan stimuli ini disebut sebagai *utility*. Dari beberapa faktor dan level yang sudah dibuatkan orthoplannya sehingga didapat seperti gambaran tabel *Model Description* dibawah ini

Dari tabel 2 tersebut diatas dimana setiap faktor memiliki dua level yang berbeda. Untuk Menghasilkan tabel diatas faktor harus di generate Kemudian data responden di hitung dan di generate dengan SPSS syntax editor seperti dengan syntax sebagai berikut:

```
DATA LIST FREE/ QN PROD1 TO
PROD12.
BEGIN DATA.
Data 1 ... n
END DATA.
CONJOINT PLAN='CONJOINT.SAV'
/FACTORS=
```

KEMAMPUAN 'kemampuan' ('sesuai' 'tidak sesuai')

KESENANGAN 'kesenangan' ('senang' 'tidak senang')

MOTIVASI 'dorongan pihak luar' ('tempat kerja' 'keluarga') ANIMO_MASYARAKAT 'pertimbangan animo masyarakat' ('baik' 'kurang baik')

HOBİ 'hobi' ('sesuai hobi' 'tidak sesuai hobi')

STATUS_EKOMOMI 'status ekonomi' ('mapan' 'tidak mapan')

SARANA_PRASARANA 'kelengkapan sarana dan prasarana' ('lengkap' 'tidak lengkap')

KELUARAGA 'dukungan keluarga' ('didukung' 'tidak didukung')

RELASI 'informasi relasi' ('teman' 'pacar')

TEMAN 'dukungan teman' ('ada' 'tidak ada')

/SCORE=PROD1 PROD2 PROD3 PROD4

PROD5 PROD6 PROD7 PROD8 PROD9

PROD10 PROD11 PROD12

/UTILITY=JURUSAN_1_UTILITY.SAV'.

a. Record Value

Record Value dapat dikatakan sebagai nilai urutan hasil kombinasi antara stimuli yang sudah ditentukan diatas, Dari hasil generate syntax diatas didapat data faktor dan ke dua levelnya seperti yang menghasilkan data sebagai berikut :

Recorded Values

| Original Value | Recorded Value | Value Label |
|------------------|----------------|---------------------|
| KEMAMPUAN | 1 | 1 Sesuai |
| | 2 | 2 tidak sesuai |
| KESENANGAN | 1 | 1 Senang |
| | 2 | 2 tidak senang |
| MOTIVASI | 1 | 1 tempat kerja |
| | 2 | 2 Keluarga |
| ANIMO_MASYARAKAT | 1 | 1 Baik |
| | 2 | 2 kurang baik |
| HOBI | 1 | 1 sesuai hobi |
| | 2 | 2 tidak sesuai hobi |
| STATUS_EKOMOMI | 1 | 1 Mapan |
| | 2 | 2 tidak mapan |
| SARANA_PRASARANA | 1 | 1 Lengkap |
| | 2 | 2 Tidak lengkap |
| KELUARAGA | 1 | 1 Didukung |
| | 2 | 2 Tidak didukung |
| RELASI | 1 | 1 Teman |
| | 2 | 2 Pacar |
| TEMAN | 1 | 1 Ada |
| | 2 | 2 Tidak ada |

Recorded values are used in computations.

Gambar 2. Nilai Urutan Hasil Kombinasi
Sumber: Hasil Olahan Penulis

b. Utilities

Utilities dapat diartikan sebagai file pelengkap atau file hasil dari proses *conjoint*, yang berisi perhitungan utility dari masing-masing responden terhadap pemilihan dari setiap stimuli dan dari hasil generate diatas nilai minus menandakan bahwa level tersebut paling banyak disukai,

seperti contoh faktor motivasi dengan hasil perhitungan yang memiliki dua level yaitu tempat kerja -1.373 dan keluarga 1.373 dan ini menandakan bahwa akan menghasilkan persentase dari beberapa faktor yang sudah ditentukan, nilai minus menandakan bahwa level tersebut paling banyak diminati antara lain sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Perhitungan

| | | Utility Estimate | Std. Error |
|------------------|-------------------|------------------|------------|
| KEMAMPUAN | Sesuai | 1.377 | 2.083 |
| | tidak sesuai | -1.377 | 2.083 |
| KESENANGAN | Senang | 1.670 | 2.083 |
| | tidak senang | -1.670 | 2.083 |
| MOTIVASI | tempat kerja | -1.373 | 2.083 |
| | Keluarga | 1.373 | 2.083 |
| ANIMO_MASYARAKAT | Baik | 1.480 | 2.083 |
| | kurang baik | -1.480 | 2.083 |
| HOBI | sesuai hobi | -1.333 | 2.083 |
| | tidak sesuai hobi | 1.333 | 2.083 |

| | | | |
|------------------|----------------|--------|-------|
| STATUS_EKOMOMI | Mapan | 1.307 | 2.083 |
| | tidak mapan | -1.307 | 2.083 |
| SARANA_PRASARANA | Lengkap | -1.827 | 2.083 |
| | tidak lengkap | 1.827 | 2.083 |
| KELUARAGA | Didukung | 1.673 | 2.083 |
| | tidak didukung | -1.673 | 2.083 |
| RELASI | Teman | -1.513 | 2.083 |
| | Pacar | 1.513 | 2.083 |
| TEMAN | Ada | -1.770 | 2.083 |
| | tidak ada | 1.770 | 2.083 |
| (Constant) | | 8.093 | 2.083 |

Sumber : Penulis

Estimasi dari kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan tabel diatas bahwa sebageian besar mahasiswa memilih jurusan manajemen informatika dengan faktor pertimbangan yang paling besar disetiap faktor:

1. Faktor kemampuan pada level tidak sesuai dengan kemampuan presentase -1.377 sebageian besar lulusan sma tidak mengerti tentang komputer
2. Faktor Kesenangan pada level tidak senang dengan jurusan Manajemen Informatika dengan persentase -1.670 dikarenakan terpaksa memilih jurusan ini dan jurusan yang ada hanya manajemen informatika pada kampus BSI Cikarang tidak ada jurusan lain.
3. Faktor Motifasi pada level tempat kerja -1.373 sebageian besar mahasiswa yang mendaftar di BSI Cikarang sudah bekerja minimal 6 bulan bekerja
4. Faktor Animo masyarakat pada level kurang baik -1.480 faktor ini dikarenakan manajemen informatika cenderung lebih kearah manajemen.
5. Faktor Hobi pada level sesuai hobi -1.333 karena ketidak tahuan dengan komputer sebageian besar memilih ini karena hobi

6. Faktor Status ekonomi pada level tidak mapan -1.307 sebageian besar mahasiswa yang memilih berasal dari daerah perantauan

7. Faktor Sarana prasarana pada level lengkap -1.827 sebageian besar memilih BSI Cikarang dengan kampus lain karena fasilitas memadai

8. Faktor Keluarga pada level tidak didukung -1.673 sebageian besar kuliah belum diketahui orang tua rata rata hanya sebagai iseng iseng

9. Faktor Relasi pada level teman -1,513 sebageian besar kuliah karena punya teman yang kuliah di BSI Cikarang

10. Faktor teman pada level ada pengaruh teman -1.770 teman yang memperaruhi sebageian mahasiswa untuk memotifasi agar kuliah kembali

Importance Value

Merupakan nilai kumulatif hasil keseluruhan korelasi yang dihasilkan, dimana dari ke 10 faktor tersebut didapat nilai yang paling tertinggi adalah sarana prasarana 11,921 dan yang terendah adalah status ekonomi 8,527

importance Values

| | |
|------------------|--------|
| KEMAMPUAN | 8.984 |
| KESENANGAN | 10.898 |
| MOTIVASI | 8.962 |
| ANIMO_MASYARAKAT | 9.658 |
| HOBİ | 8.701 |
| STATUS_EKOMOMI | 8.527 |
| SARANA_PRASARANA | 11.921 |
| KELUARAGA | 10.920 |
| RELASI | 9.876 |
| TEMAN | 11.551 |

Averaged Importance Score

Correlations^a

| | Value | Sig. |
|---------------|-------|------|
| Pearson's R | .920 | .000 |
| Kendall's tau | .182 | .205 |

a: Correlations between observed and estimated preferences

Gambar 3. Nilai Kumulatif Hasil Keseluruhan Korelasi
 Sumber: Hasil Olahan Penulis

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Dari analisa di atas didapat faktor yang paling menentukan adalah faktor animo masyarakat terhadap jurusan manajemen informatika lebih dominan.
2. Sebagian besar dari level motivasi mahasiswa memilih jurusan manajemen informatika karena tempat kerja.

5.2. Saran

1. Dari hasil di atas untuk penelitian selanjutnya perlu adanya form aplikasi generate agar tidak harus membuat syntax SPSS.
2. Untuk penelitian lanjut perlu dibuatkan Aplikasi Database untuk perhitungan kuesioner, melihat kondisi sumber data yang relatif banyak memiliki persamaan.

Daftar Pustaka

Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS. Universitas Diponegoro ISBN 979.704.300.2.

Santoso, S. 2003. Buku Latihan SPSS Statistik Multivariat, Elex Media Komputindo, Jakarta.

Sarwono, Jonatan. 2009. Statistik itu Mudah, Panduan Lengkap Belajar komputansi Statistik Menggunakan SPSS 16. Andi Ofset. Jogjakarta

Turban, Efraim. 1995. Decision Support and Expert Systems: Management Support Systems, Fourth Edition, Prentice-Hall, Inc., United States of America.

Ermayanti, Ira. 2009. Analisis Faktor-Faktor Motivasional Pemilihan Jurusan Siswa SMK Swasta Se Kota Malang Tesis Fakultas Ilmu Pendidikan UM,

<http://karyailmiah.um.ac.id/index.php/ASP/article/view/4882/0>