

ANALISA FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELANJUTKAN PENDIDIKAN DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



Oleh: BAYU ESTARIA (01610097)

management

Dibuat: 2007-08-30 , dengan 3 file(s).

Keywords: KEPUTUSAN KONSUMEN

ABSTRAKSI

Universitas Muhammadiyah Malang pada tahun 2006 memperoleh mahasiswa baru kurang lebih 3500 orang, sedangkan jumlah perguruan tinggi swasta lebih dari 1465. jika kita melihat peluang masing - masing perguruan tinggi swasta dalam menampung adalah 280 mahasiswa. Apakah cukup sebuah Perguruan Tinggi Swasta tetap jalan mulus dengan 280 mahasiswa dalam kondisi resesi ekonomi yang melanda Indonesia. Dilihat dari berbagai sudut pun perguruan Tinggi Swasta akan kesulitan dalam mengelola pendidikan dengan minimnya sumber daya manusia yang menggerakkan sebuah organisasi, sekaligus minimnya sumber dana, dikarenakan minimnya jumlah mahasiswa. Hal ini merupakan fenomena yang patut diteliti.] Penelitian ini adalah penelitian survey yang dilakukan pada bulan september 2006 – januari 2007 pada mahasiswa baru angkatan 2006 di kampus 3 UMM. dengan menggunakan analisis faktor yang diangkat adalah variabel yang diambil dari data awal pada sampel. dengan jumlah 29 Variabel dan 329 sampel. Dari hasil penelitian diidentifikasi bahwa faktor yang membuat masyarakat memilih Universitas Muhammadiyah Malang adalah yaitu faktor orang dengan total eigenvalue sebesar 7.737 dengan total varian sebesar 25.79%, lalu faktor kedua yaitu faktor fasilitas dengan total eigenvalue 1.506 dengan total varian sebesar 5.020%. dilanjutkan oleh faktor ketiga yaitu faktor bauktu fisik dengan total eigenvalue 1.278 dengan total varian sebesar 4.258%. lalu faktor keempat yaitu faktor lokasi dengan total eigenvalue sebesar 1.250 dengan total varian sebesar 4.168%, kemudian faktor kelima yaitu faktor lembaga Muhammadiyah dengan total eigenvalue 1.084 dengan total varian 3.612%, dilanjutkan faktor keenam yaitu faktor biaya dengan total eigenvalue 1.033 dengan total varian 3.444%.