

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMINAT UNTUK MEMILIH JURUSAN AKUNTANSI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Akuntansi**



Oleh:
Sovia
NIM : 022114125

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2007**

Skripsi

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMINAT UNTUK MEMILIH JURUSAN AKUNTANSI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA YOGYAKARTA**

Oleh :
Sovia
NIM : 022114125

Telah Disetujui oleh :

Pembimbing I



Ir. Drs. Hansiadi Yuli Hartanto, Akt., M.Si.

Tanggal : 11/5/2007



Pembimbing II



Prof. Dr. James. J, Spillane, S. J.

Tanggal : 14/08/2007

Skripsi

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMINAT UNTUK MEMILIH JURUSAN AKUNTANSI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA YOGYAKARTA**

Dipersiapkan dan ditulis oleh :

Sovia

NIM : 022114125

**Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
Pada tanggal 19 November 2007
dan dinyatakan memenuhi syarat**

Susunan Panitia Penguji :

Nama Lengkap

Ketua Dra. YFM. Gien Agustinawansari, M.M., Akt.
Sekretaris Lisia Apriani, S.E., M.Si., Akt.
Anggota Ir. Drs. Hansiadi Yuli Hartanto. Akt., M.Si.
Anggota Prof. Dr. J.J. Spillane, S.J.
Anggota M.T.Ernawati., S.E., M.A.

Tanda Tangan



Yogyakarta, 30 November 2007

Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Dekan,


Drs. Alex Kahu Lantum, M.S

HALAMAN PERSEMBAHAN

Janganlah hendaknya kamu khawatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur

(Filipi 4:6).

Kuatkan dan teguhkanlah hatimu, janganlah takut dan jangan gemetar karena mereka, sebab Tuhan Allahmu, Dialah yang berjalan menyertai engkau; Ia tidak akan membiarkan engkau dan tidak akan meninggalkan engkau

(Ulangan 31:6)

Serahkanlah hidupmu kepada Tuhan dan percayalah kepada-Nya, dan Ia akan bertindak.

(Mazmur 37:6)

Ia membuat segala sesuatu indah pada waktunya, bahkan Ia memberikan kekekalan dalam hati mereka. Tetapi manusia tidak dapat menyelami pekerjaan yang dilakukan Allah dari awal sampai akhir

(Pengkotbah 3:11)

Mengapa engkau tertekan, hai jiwaku, dan mengapa engkau gelisah di dalam diriku? Berharaplah kepada Allah! Sebab aku bersyukur lagi kepada-Nya, penolongku dan Allahku!

(Mazmur 42:12)

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- ❖ My Savior, Jesus Christ atas inspirasi kehidupan yang luar biasa.
- ❖ Papa (alm) dan Mama tersayang
- ❖ Soikou Lina & Soitio Rusman Nilam, Tuapek Liswanto & Tuaem, Sicek Akhun & Sisim dan seluruh keluarga besar.
- ❖ *My sweet honey*, Deny Sugianto.



UNIVERSITAS SANATA DHARMA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN AKUNTANSI-PROGRAM STUDI AKUNTANSI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa Skripsi dengan judul : Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Peminat Untuk Memilih Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 19 November 2007 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Yogyakarta, 23 November 2007
Yang membuat pernyataan,

Sovia

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMINAT UNTUK MEMILIH JURUSAN AKUNTANSI UNIVERSITAS SANATA DHARMA YOGYAKARTA

Sovia

NIM:022114125

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2007

Perguruan Tinggi sebagai pembina dan penyelenggara dan pengembang sumber daya dan IPTEK harus mampu menjawab tantangan masa depan, mengingat semakin ketatnya persaingan di dunia kerja. Sehingga hal ini mendorong Perguruan Tinggi yang ada terus mengembangkan dan memperbaharui diri untuk menghasilkan para lulusan yang berkualitas. Universitas Sanata Dharma cukup banyak peminatnya khususnya di daerah Yogyakarta, hal inilah yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian mengenai posisi USD di mata para peminatnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan peminat untuk memilih jurusan akuntansi USD dan memberikan informasi tentang pelajar dari sekolah swasta/negeri, propinsi dan kota mana yang paling banyak peminat terhadap jurusan akuntansi USD.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus terhadap mahasiswa baru angkatan 2006. Data diperoleh dengan cara membagikan kuesioner yang diisi langsung oleh mahasiswa baru angkatan 2006 di kampus USD. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian validitas dengan menggunakan *Principal Component Analysis with Varimax Rotation* yang merupakan model dalam analisis faktor yang tujuannya untuk melakukan prediksi terhadap sejumlah faktor yang akan dihasilkan. Analisis faktor mampu menguji validitas kuisisioner berdasarkan nilai loadingnya (nilai *loading*>0.4). Sedangkan untuk pengujian reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*.

Hasil analisis data dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pengujian validitas semua pertanyaan dinyatakan valid karena memiliki nilai *loading*>0.4. Melalui metode analisis faktor juga dikelompokkan bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi keputusan peminat untuk memilih Jurusan Akuntansi USD yaitu citra, minat, keputusan kolektif dan lapangan kerja. Sedangkan hasil pengujian reliabilitas dinyatakan reliabel karena *Cronbach Alpha* memiliki nilai lebih besar dari 0.5. Pengolahan data menunjukkan juga bahwa peminat jurusan akuntansi USD terbanyak berasal dari daerah Yogyakarta, jenis kelamin perempuan dan lulusan dengan status pelajar SMU swasta non katolik.

ABSTRACT

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING THE DECISION OF DEVOTEE TO CHOOSE THE ACCOUNTING DEPARTMENT OF SANATA DHARMA UNIVERSITY YOGYAKARTA

Sovia

NIM:022114125

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2007

University Student as the guider and the executor and developer of resources and Science and Technology should be able to answer the future challenges. By considering the tightness of competition in working field. Thus, it pushed the existing University to continuously develop and renew itself to produce the high-quality graduation. Sanata Dharma University (USD) has a lot of devotees especially in the area of Yogyakarta, it provided the the author the basis to conduct a research on the position of USD in the perception of its devotees.

This research aimed to know what factors influencing the devotee's decision chose the select accounting department in Sanata Dharma University and give information concerning on the student from the private/state schools, which provincial and municipality that had the most devotee to accounting department in Sanata Dharma University.

The type of this research was case study toward the recent university's students in academic year of 2006. The data were gained by spreading questionnaire that were directly fulfilled by the current university's students in academic year of 2006 in Sanata Dharma University. The technique of data analysis used in this research was validity testing by using Principal Component Analysis with Varimax Rotation. This was a model in factor analysis by the purpose to conduct prediction toward some factors which will be produced. The analysis of factor was able to test the validity of questionnaire based on the loading values (loading value > 0.4). Meanwhile for the reliability testing, it used coefficient of cronbach Alpha.

The result of data analysis from this research revealed that in validity testing, all of questions were stated as valid because it had loading > 0.4 . Through the method of factor analysis it also classified that there were four factors influencing the devotee's decision, namely image, interest, collective decision and working field. Meanwhile the result of reliability testing stated as reliable, because Cronbach Alpha has value more than 0.5. The data processing also revealed that the most devotee of Accounting Department in Sanata Dharma University came from Yogyakarta area, had female sex and was the graduation by the status of non-Catholic private Genior Senior High School.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada “*My Savior Jesus Christ*” atas kasih yang tak bersyarat, kesetiaan, dan berkat yang tidak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**Analisis Faktor yang Mempengaruhi Peminat Memilih Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta**”.

Penelitian dan penulisan skripsi ini disusun sebagai tugas akhir dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Program Studi Akuntansi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

- a. Drs. Alex Kahu Lantum., M.Si., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
- b. Ir. Drs. Hansiadi YH, M. Si., Akt., sebagai Kaprodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma dan dosen pembimbing I yang telah sabar membimbing, memberikan masukan, koreksi dan perhatian terhadap skripsi penulis.
- c. Prof. Dr. James. J, Spillane, S.J., sebagai dosen pembimbing II yang telah sabar, memberikan masukan, koreksi dan perhatian terhadap skripsi penulis.
- d. Ibu M.T.Ernawati.,S.E.,M.A., sebagai dosen penguji yang telah sabar, memberikan masukan dan koreksi yang berguna demi perbaikan skripsi penulis dan perhatian terhadap skripsi penulis.
- e. Ibu M.T.Ernawati.,S.E.,M.A., atas kesabaran dan kesediaan meluangkan waktu mengajar beliau untuk pengisian kuesioner bagi mahasiswa akuntansi angkatan 2006.
- f. Seluruh staf dan karyawan Universitas Sanata Dharma.
- g. Papa tersayang, terima kasih buat pengajaran, dukungan, inspirasi dan kasih yang sudah papa berikan selama ini.

- h. Mama tersayang, terimakasih buat setiap usaha, kerja keras, doa, dukungan, dan semangat hidup sebagai seorang *single mother*, selalu berusaha memberikan dan memperjuangkan segala hal yang terbaik untuk penulis.
- i. Mama Ernie terimakasih atas doa, dukungan, kasih dan perhatian yang telah diberikan selama ini, Tuapek Liswanto & Tuaem Evi, serta Sicek Akhun & Sisim atas dukungan, dana, doa, nasehat dan *deadline* kuliahnya karena hal tersebut memberikan motivasi dalam penyelesaian skripsi penulis.
- j. Soikou Lina & Soitio Rusman, terima kasih untuk kasih, dana, dukungan, nasehat dan pengertian yang telah diberikan selama ini.
- k. Deny Sugianto (*my sweet honey*) terima kasih telah bersedia meminjamkan komputer dalam pengerjaan skripsi, doa, *support*, kasih, kesabaran dan kesediaan mendengarkan permasalahan penulis serta semua hal yang terbaik yang telah diberikan selama ini.
- l. Ce Meri terima kasih buat *support*, doa, dan kasih yang telah diberikan, ce Suriani, ce Manti, ce Iis, Santi, ko Sony, dan ce Leniyanti atas dukungan, doa, serta semua kenangan terindah di kontrakan “Kledokan”.
- m. Ci Yani, Mbak Lulu, Dina, Sefi, Lintang, Mumu, Qi2, Iin, Selvi, Naim, Sujati, Ceria, Tia, Punie, Vira, Ci Sian, Lusia, Yunita, Lia, Yustina, Anom, Nita, Meiri yang terus memotivasi, memberi referensi skripsi, dan doanya serta buat Nyak atas dukungan, nasehat, kasih dan doanya buat penulis.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis menerima kritik, koreksi dan saran demi perbaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis mengharapkan semoga skripsi ini berguna bagi semua pihak dan dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut.

Yogyakarta,

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Manfaat Penelitian.....	3
D. Tujuan Penelitian.....	3
E. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	
1. Perilaku Kosumen.....	6
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	6
b. Kebutuhan Konsumen.....	8
c. Variabel-Variabel dalam Mempelajari Perilaku Konsumen.....	8
d. Motivasi Konsumen.....	9
e. Faktor-Faktor Utama yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	9

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi peminat dalam memilih jurusan akuntansi Sanata Dharma Yogyakarta.....	21
a. Citra.....	21
b. Minat.....	22
c. Place (lokasi).....	22
d. Physical Evidence (Bukti Fisik).....	23
e. Price (Harga).....	23
f. Keputusan kolektif/bersama.....	24
g. Tersedianya lapangan kerja bagi lulusan akuntansi.....	25
3. Hubungan antara perilaku konsumen dengan minat.....	26

BAB III METODA PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	30
B. Waktu dan Tempat Penelitian	30
C. Variabel Penelitian.....	30
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	30
E. Jenis Data.....	30
F. Teknik Pengumpulan Data.....	31
G. Teknik Analisis Data.....	31
1. Pengujian Validitas.....	31
2. Pengujian Reliabilitas.....	36
3. Analisis Faktor.....	37

BAB IV GAMBARAN UMUM UNIVERSITAS

A. Sejarah Umum.....	40
B. Tujuan, Misi, dan Visi Universitas Sanata Dharma.....	41
C. Lambang, Bendera, Hymne, Mars dan Busana Akademik.....	42
D. Misi Jurusan/Program Studi Akuntansi Secara Spesifik.....	43
E. Akreditasi Universitas Sanata Dharma dan Pesaing.....	44

BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
1. Kuisioner.....	45
2. Analisis Profil Responden.....	46
3. Analisa Faktor.....	52
4. Pengujian Reliabilitas.....	59
5. Analisis Faktor.....	60
BAB VI PENUTUP.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1	Deskripsi Proses Pembagian dan Pengumpulan Kuisisioner.....	46
Tabel 5.2	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 5.3	Persentase Responden Berdasarkan Status Pelajar.....	47
Tabel 5.4	Persentase Responden Berdasarkan Daerah Asal	48
Tabel 5.5	Tingkat Keputusan dalam Pemilihan Jurusan Akuntansi USD.....	48
Tabel 5.6	Studi Peminatan Awal Mahasiswa.....	43
Tabel 5.7	Alternatif Pilihan Pemilih sebelum diterima sebagai mahasiswa Jurusan Akuntansi USD.....	52
Tabel 5.8	Hasil Ekstraksi Common Factors.....	54
Tabel 5.9	Rotated Component Matrix.....	56
Tabel 5.10	Uji Validitas Variabel Pertanyaan.....	57
Tabel 5.11	Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 5.13	Component Matrix.....	61
Tabel 5.14	Faktor 1 untuk mahasiswa akuntansi.....	64
Tabel 5.15	Faktor 2 untuk mahasiswa akuntansi.....	65
Tabel 5.16	Faktor 3 untuk mahasiswa akuntansi.....	66
Tabel 5.17	Faktor 4 untuk mahasiswa akuntansi.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.....	18
Gambar 2.2.....	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Daftar Surat Ijin Penelitian.....	73
Lampiran II	: Daftar Pertanyaan Kuisisioner.....	74
Lampiran III	: Pengolahan Analisis Faktor.....	82
Lampiran VI	: Pengujian Reliabilitas.....	86
Lampiran VII	: Data Mentah Responden.....	89

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Di tengah persaingan yang semakin kompetitif serta untuk menghadapi era globalisasi yang penuh tantangan, bangsa Indonesia dituntut untuk dapat memenangkan persaingan tersebut. Sejarah menunjukkan bahwa suatu bangsa yang kuat dalam sumber daya manusianya untuk menguasai IPTEK akan muncul sebagai negara yang mempunyai daya saing. Perguruan tinggi sebagai lembaga pembina dan penyelenggara usaha pengembangan sumber daya manusia dan IPTEK harus mampu menjawab tantangan masa depan, mengingat semakin ketatnya persaingan di dunia kerja. Lulusan perguruan tinggi tidak hanya bersaing dengan lulusan dari perguruan tinggi dalam negeri, namun juga akan bersaing dengan lulusan perguruan tinggi luar negeri. Oleh sebab itu, para lulusan harus mempunyai pengetahuan dan kompetensi yang tinggi.

Bila ingin memperoleh kompetensi yang tinggi, para lulusan harus mempersiapkannya sejak di bangku kuliah. Dian (2001) menyebutkan bahwa dengan belajar di perguruan tinggi diharapkan seseorang mengalami proses belajar secara formal yang akan memberikan wawasan, pengetahuan, keterampilan dan perilaku tertentu sesuai dengan apa yang ingin dituju oleh lembaga pendidikan.

Dengan semakin banyaknya perguruan tinggi yang tersebar baik di dalam negeri maupun di luar negeri, setiap orang yang berkehendak melanjutkan pendidikan di jenjang perguruan tinggi harus dapat menentukan pilihan pada suatu perguruan tinggi tertentu yang diharapkan dapat membekali setiap mahasiswa untuk menghadapi tantangan masa depan.

Dalam kesempatan ini, penulis bermaksud memilih jurusan akuntansi Universitas Sanata Dharma sebagai tempat penelitian, hal ini disebabkan Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma cukup banyak peminatnya khususnya di daerah Yogyakarta.

Penulis menduga bahwa Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta cukup banyak diminati disebabkan oleh (1) citra Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma yang baik di masyarakat, (2) minat terhadap Jurusan Akuntansi masih cukup tinggi, (3) keputusan kolektif bersama cenderung lebih dominan mempengaruhi keputusan individu, (4) tersedia lapangan kerja bagi lulusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma.

Dugaan-dugaan tersebut mendasari penulis untuk melakukan survei terhadap mahasiswa baru angkatan 2006 Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma. Survei tersebut bermaksud untuk mendapatkan data/informasi mengenai faktor-faktor yang memiliki korelasi/hubungan terhadap keputusan peminat untuk memilih Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma.

B. RUMUSAN MASALAH

Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan peminat untuk memilih Jurusan Akuntansi USD?

C. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Universitas Sanata Dharma

Sebagai bahan informasi bagi pengelola USD dalam menyusun strategi untuk perkembangan khususnya dalam merangsang minat calon mahasiswa terhadap Jurusan Akuntansi USD.

2. Bagi program studi akuntansi

Diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pihak-pihak intern khususnya jurusan akuntansi untuk dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan dalam menentukan langkah-langkah pengambilan keputusan guna peningkatan peminat jurusan akuntansi USD serta dapat dijadikan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

3. Bagi calon mahasiswa

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi calon mahasiswa agar mempunyai keputusan yang tepat dalam memilih Perguruan Tinggi (PT) khususnya program studi akuntansi.

D. TUJUAN PENELITIAN

1. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan peminat untuk memilih Jurusan Akuntansi USD.

2. Informasi mengenai profil responden berdasarkan status pelajar, jenis kelamin, daerah asal, Tingkat keputusan dalam pemilihan Jurusan Akuntansi USD, studi peminatan awal pemilih dan alternatif pilihan pemilih sebelum diterima di USD.

E. SISTEMATIKA PENULISAN

Bab I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang pengertian perilaku konsumen, kebutuhan konsumen, variabel-variabel dalam mempelajari perilaku konsumen, motivasi konsumen, faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi peminat memilih suatu jurusan, dan hubungan antara perilaku konsumen dengan minat.

Bab III : METODA PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi, sampel penelitian, jenis penelitian dan teknik analisis data.

Bab IV : GAMBARAN UMUM UNIVERSITAS

Bab ini menguraikan secara singkat gambaran Universitas Sanata Dharma dan Program Studi Akuntansi USD secara spesifik.

Bab V : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini data yang diperoleh dianalisis kemudian dibahas satu persatu sesuai dengan pokok permasalahan.

Bab VI : KESIMPULAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan pada BAB V, serta berisi saran atau masukan bagi USD.

BAB II

LANDASAN TEORI

1. Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Produk dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara, salah satunya adalah mengklasifikasikannya berdasar pada berwujud atau tidaknya produk tersebut. Dengan kriteria ini, produk dapat diklasifikasikan sebagai barang yang tahan lama, barang tidak tahan lama, dan jasa. Menurut Philip Kotler jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak (Husein Umar, 2003 : 2). Dalam pandangan tradisional, konsumen adalah orang yang membeli dan menggunakan jasa suatu organisasi. Konsumen adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau organisasi, maka konsumenlah yang dapat menentukan kualitasnya, dan hanya konsumenlah yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka (Rinahayu, 2004 : 7).

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan

ini (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994 : 3). Salah satu tolak ukur untuk menilai keberhasilan pengembangan produk adalah kualitas pelayanan yang diukur dengan apakah jasa dapat memenuhi konsumen atau tidak.

Pengertian perilaku konsumen disampaikan oleh beberapa tokoh Loudon dan Bitta, 1984 (dalam Umar Husein, 2003 : 11) mendefinisikan bahwa perilaku konsumen sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dan mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa.

Menurut Zaltman dan Wallendorf, 1979 (dalam Husein Umar, 2003 : 11) perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan oleh individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan, dan sumber-sumber lainnya. Sedangkan P. Kotler mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tingkah laku konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa yang dipengaruhi oleh berbagai unsur baik dalam maupun dari luar (Rinahayu, 2004 : 7).

Perusahaan yang menjual produk jasa sangat berkepentingan dengan perilaku konsumen ini. Dengan mengenali unsur serta pengaruh rangsangan yang timbul dalam diri konsumen maka dapat

diupayakan suatu cara agar produk jasa yang ditawarkan dapat menarik lebih banyak konsumen (Rinahayu, 2004 : 7).

b. Kebutuhan Konsumen

Kebutuhan dapat didefinisikan sebagai suatu kesenjangan atau pertentangan yang dialami antara suatu kenyataan dengan dorongan yang ada dalam diri. Kebutuhan merupakan fundamen yang mendasari perilaku konsumen. Kita tidak mungkin memahami perilaku konsumen tanpa mengerti kebutuhannya (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994 : 214).

c. Variabel-Variabel dalam Mempelajari Perilaku Konsumen

Ada tiga variabel dalam mempelajari perilaku konsumen, yaitu (Amirullah, 2002 : 35):

1) Variabel *stimulus*

Variabel stimulus merupakan variabel yang berada di luar diri individu (faktor eksternal) yang sangat berpengaruh dalam proses pembelian. Contoh: merek dan jenis barang, iklan, pramuniaga, penataan barang dan ruangan toko.

2) Variabel *respons*

Variabel respons merupakan hasil aktivitas individu sebagai reaksi dari variabel stimulus. Variabel respons sangat bergantung pada faktor individu dan kekuatan stimulus.

3) Variabel antara

Variabel antara adalah variabel antara stimulus dan respons. Variabel ini merupakan faktor internal individu, termasuk motif-motif pembeli, sikap terhadap suatu peristiwa, dan persepsi terhadap suatu barang.

d. Motivasi Konsumen

Abraham Spering, 1998 mendefinisikan motif sebagai suatu kecenderungan untuk beraktivitas, dimulai dari dorongan dalam diri (*drive*) dan diakhiri dengan penyesuaian diri. Sedangkan Stanford (1969 : 173) mendefinisikan motivasi sebagai suatu kondisi yang menggerakkan manusia ke arah suatu tujuan tertentu.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa motif merupakan suatu dorongan kebutuhan dalam diri konsumen yang perlu dipenuhi agar konsumen tersebut dapat menyesuaikan diri terhadap lingkungannya. Sedangkan motivasi adalah kondisi yang menggerakkan konsumen agar mampu mencapai tujuan motifnya.

e. Faktor-Faktor Utama yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Keputusan untuk membeli tidak berdiri sendiri, keputusan ini sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti pengaruh lingkungan, perbedaan individu, proses psikologis, serta keputusan itu sendiri yang berbeda dari setiap konsumen (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1990 : 46).

1) Pengaruh Lingkungan

Konsumen diciptakan oleh lingkungan mereka dan juga beroperasi di lingkungan mereka. Tahap pertama yang harus dipahami adalah pengaruh lingkungan yang membentuk dan menghambat individu dalam keputusan konsumsi mereka.

Ada beberapa pengaruh yang bisa dikatakan termasuk ke dalam pengaruh lingkungan dalam perilaku pengambilan keputusan konsumen, yaitu:

a) Budaya

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Budaya menentukan konsumsi dari kegiatan apa yang cocok dan efektif untuk dikerjakan oleh pemasar dalam memberikan barang dan jasa (Rinahayu, 2004 : 9). Persepsi konsumen terhadap sesuatu termasuk bagaimana cara berpikir, percaya dan bertindak ditentukan oleh lingkungan budaya sekitar konsumen itu berada serta kelompok yang berhubungan dengan konsumen. Seluruh pengaruh kelompok sosial pada perilaku beli konsumen diawali dari kebudayaan dimana konsumen itu tinggal (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994 : 66).

b) Kelas Sosial dan Status Sosial

Kelas sosial didefinisikan sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat (Rinahayu, 2004 : 9). Sedangkan status sosial/kedudukan sosial adalah tempat seseorang, secara umum dalam masyarakatnya sehubungan dengan orang-orang lain, dalam arti lingkungan pergaulannya, prestisenya, hak-hak serta kewajibannya. Variabel yang berpengaruh dalam pembentukan kelas sosial diantaranya pekerjaan, prestasi, pribadi, interaksi, kepemilikan, orientasi nilai dan kesadaran kelas (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994 : 163).

c) Pengaruh Pribadi

Variabel penentu yang paling penting di dalam pengaruh pribadi adalah keterlibatan Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994 : 166). Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh orang yang mempunyai hubungan erat dengan konsumen tersebut. Pemasar dapat memanfaatkan pengaruh pribadi dengan memonitor komunikasi lisan dan berusaha mengendalikannya bila komunikasi itu bersifat negatif (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994 : 190).

d) Pengaruh Keluarga

Keluarga sangat penting di dalam studi perilaku konsumen karena dua alasan. Pertama, keluarga adalah unit pemakaian dan pembelian untuk banyak produk konsumen. Kedua, keluarga adalah pengaruh utama pada sikap dan perilaku individu (Miniard, Blackwell, Engel, 1994 : 230). Kekuatan daya beli dalam suatu keluarga bergantung pada ukuran sumber daya yang memampukan keluarga tersebut untuk melakukan pembelian dan pada keadaan perekonomiannya (Ferrel, 1995 : 63). Sumber daya yang menjadi bagian dari daya beli keluarga adalah barang, jasa dan kepemilikan akan sumber daya keuangan. Pekerjaan anggota keluarga juga mempengaruhi pola konsumsinya serta berpengaruh pada tingkat pendapatan dan kekayaan yang dimiliki suatu keluarga (Kotler, 2005 : 210).

Keadaan ekonomi keluarga sangat menentukan pilihannya terhadap suatu produk baik produk bersifat *tangible* (berwujud fisik) maupun *intangible* (tidak berwujud fisik).

e) Pengaruh Situasi

Pengaruh situasi adalah pengaruh yang timbul dari faktor yang khusus untuk waktu dan tempat yang spesifik yang lepas dari karakteristik konsumen dan karakteristik

objek. Situasi dimana konsumsi produk terjadi dapat menjadi pengaruh utama pada perilaku konsumen (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994 : 230).

2) Perbedaan Individu

Ada beberapa pengaruh yang bisa dikatakan termasuk ke dalam pengaruh perbedaan individu dalam perilaku pengambilan keputusan konsumen, yaitu:

a) Sumber Daya Konsumen

Keputusan konsumen sehubungan dengan produk dan merek sangat dipengaruhi oleh jumlah sumber daya ekonomi yang mereka punyai atau mungkin mereka punyai pada masa datang (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994 : 255).

Sumber daya ekonomi meliputi variabel kekayaan dan pendapatan (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994 : 255). Harapan konsumen mengenai pendapatan masa datang menjadi variabel penting dalam meramalkan perilaku konsumen (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994 : 256). Walaupun pendapatan individu sekarang menentukan apa yang mungkin kita beli, harapan mengenai pendapatan masa datang seringkali mempengaruhi apa yang sebenarnya dibeli. Pembelian erat berhubungan dengan pendapatan (Miniard, Blackwell, Engel, 1994 : 256).

b) Keterlibatan dan Motivasi

Kebutuhan adalah variabel utama dalam motivasi. Motivasi merupakan hal yang penting dimana motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan dan mendukung perilaku manusia (Setiadi, 2003 : 94). Konsumen selalu dihadapkan pada persoalan biaya atau pengorbanan yang akan dikeluarkan dan seberapa penting produk yang dibutuhkan dan diinginkan (Setiadi, 2003 : 95). Oleh karena itu konsumen akan dihadapkan pada persoalan motivasi atau pendorong. Jadi motivasi adalah proses untuk mempengaruhi seseorang agar melakukan sesuatu yang kita inginkan (Setiadi, 2003 : 95).

Keterlibatan mengacu pada persepsi konsumen tentang pentingnya atau relevansi personal suatu objek, kejadian, atau aktivitas (Setiadi, 2003 : 115). Konsumen yang melihat bahwa produk yang memiliki konsekuensi relevan secara pribadi dikatakan terlibat dengan produk dan memiliki hubungan dengan produk tersebut. Strategi terpenting adalah menerima motivasi ini sebagaimana adanya dan menemukan cara untuk menyajikan produk atau jasa sebagai sarana yang absah dari pemuasan motif (Rinahayu, 2004 : 12).

c) Pengetahuan

Pengetahuan konsumen terdiri dari informasi yang disimpan di dalam ingatan (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994 : 51). Informasi yang dipegang oleh konsumen mengenai produk akan sangat mempengaruhi pola pembelian mereka (Rinahayu, 2004 : 12). Pengetahuan produk, kesadaran dan citra adalah komponen penting dari pengetahuan pembelian. Konsumen yang berpengetahuan banyak lebih mungkin berfokus pada informasi yang paling relevan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan produk (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994 : 181).

d) Sikap

Sikap biasanya memainkan peranan utama dalam membentuk perilaku. Sikap kerap terbentuk sebagai hasil dari kontak langsung dengan objek sikap. Sikap didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh yang memungkinkan orang berespons dengan cara menguntungkan atau tidak menguntungkan secara konsisten berkenaan dengan objek atau alternatif yang diberikan (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994 : 53). Intensitas, dukungan dan kepercayaan adalah sifat penting dari sikap.

Pengidentifikasian pangsa pasar yang reseptif, mengevaluasi kegiatan pemasaran yang sekarang dan yang

potensial, dan meramalkan perilaku masa datang adalah sebagian dari cara-cara utama di mana sikap dapat membantu pengambilan keputusan pemasaran.

e) Kepribadian, Nilai dan Gaya Hidup

Keputusan pembelian bervariasi antar individu karena karakteristik unik yang dimiliki masing-masing individu (Rinahayu, 2004). Kepribadian adalah organisasi yang dinamis dari sistem psikofis individu yang menentukan penyesuaian dirinya terhadap lingkungan secara unik.

Pemasar berusaha mengembangkan citra merek yang sesuai dengan citra pribadi pasar sasaran. Untuk penerapan pemasaran, pemakaian yang lebih efektif dari konsep kepribadian mungkin berupa deskripsi merek. Kepribadian merek mengacu pada tujuan komunikasi yang berkenaan dengan atribut yang melekat di dalam suatu produk dan juga profil persepsi yang diterima konsumen mengenai merek spesifik.

Gaya hidup adalah cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya (Setiadi, 2003 : 148). Sikap tertentu yang dimiliki oleh konsumen terhadap suatu obyek tertentu bisa mencerminkan gaya hidupnya. Gaya hidup yang berkembang

di masyarakat merefleksikan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat itu sendiri (Setiadi, 2003 : 152). Jika pemasar dapat mengidentifikasi gaya hidup sekelompok konsumen, maka berarti pemasar mengetahui satu segmen konsumen (Setiadi, 2003 : 155).

3) Proses Psikologis

Proses psikologis juga merupakan satu hal yang sangat dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Ada tiga pengaruh yang dapat digolongkan ke dalam pengaruh proses psikologis dalam perilaku pengambilan keputusan konsumen yaitu:

a) Pengolahan Informasi

Pemrosesan informasi mengacu pada proses dengannya suatu stimulus diterima, ditafsirkan, disimpan di dalam ingatan, dan belakangan diambil kembali (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994 : 5).

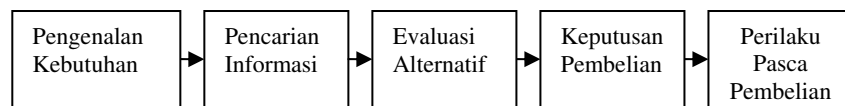
b) Pembelajaran

Pembelajaran dapat dipandang sebagai proses dimana pengalaman menyebabkan perubahan dalam pengetahuan, sikap dan perilaku (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994 : 57). Siapa saja yang berusaha mempengaruhi konsumen sebenarnya sedang mencoba menghasilkan pembelajaran (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994 : 39).

c) Perubahan Sikap dan Perilaku

Perubahan sikap dan perilaku mencerminkan pengaruh proses psikologis dasar biasanya memainkan peranan utama dalam membentuk perilaku. Sikap yang dipegang dengan kepercayaan penuh biasanya akan jauh lebih diandalkan untuk membimbing perilaku. Bila kepercayaan rendah, konsumen mungkin tidak akan merasa nyaman dalam bertindak berdasarkan sikapnya tersebut (Rinahayu, 2004 : 13).

4) Proses Pengambilan Keputusan Pembelian



Gambar II.1 Bagan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Sumber: Ferrel (1995), Pemasaran: Teori dan Praktek Sehari-Hari, jilid 1, Edisi 7, hal 184, Jakarta Barat

a) Pengenalan kebutuhan

Tahap pertama dimulai dari kesadaran akan adanya kebutuhan. Konsumen mempersepsikan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi aktual yang memadai untuk membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994:31).

b) Pencarian informasi

Kesadaran akan adanya kebutuhan ditindaklanjuti dengan pencarian jasa-jasa yang dapat memenuhi kebutuhan

tersebut. Konsumen mencari informasi yang disimpan di dalam ingatan (pencarian internal) atau mendapatkan informasi yang relevan dengan keputusan dari lingkungan /pencarian eksternal (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994 : 31).

Merek mana yang konsumen pertimbangkan selama pengambilan keputusan akan sangat berguna dalam mengerti pandangan konsumen mengenai perangkat kompetitif suatu organisasi. Pemasar khususnya berminat akan atribut produk tertentu yang konsumen periksa selama pencarian.

c) Evaluasi alternatif

Konsumen mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994 : 31).

Dalam membeli jasa, konsumen mungkin akan mempertimbangkan kriteria evaluasi seperti keterandalan, harga, nama merek, dll. Dalam tahap ini konsumen harus melakukan berbagai langkah berikut (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994 : 196):

- (1) Menentukan kriteria evaluasi yang akan digunakan untuk menilai alternatif
- (2) Memutuskan alternatif mana yang akan dipertimbangkan.

- (3) Menilai kinerja dari alternatif yang dikembangkan
- (4) Memilih dan menetapkan kaidah keputusan untuk membuat keputusan akhir.
- (5) Pembelian dan Hasilnya.

Konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang dipilih memenuhi kebutuhan dan harapan segera sesudah digunakan. Perilaku proses keputusan tidak begitu saja berhenti ketika pembelian dilaksanakan. Evaluasi yang lebih jauh terjadi dalam bentuk perbandingan kinerja jasa berdasarkan harapan. Hasilnya berupa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap jasa tersebut (Pride Ferrel, 1995 : 189).

d). Keputusan pembelian

Pada tahap ini, pembeli juga memilih produk yang bersangkutan. Dalam tahap pembelian, konsumen memilih produk atau merek yang akan dibeli. Pemilihan ini dilakukan berdasarkan hasil evaluasi di tahap sebelumnya dan dimensi-dimensi lain (Ferrel, 1995 : 180).

e). Perilaku Pasca Pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan dan ketidakpuasan. Jika konsumen merasa puas, dia akan menunjukkan probabilitas yang lebih

tinggi untuk membeli produk itu lagi, dan ada kecenderungan mengatakan hal-hal yang baik tentang produk tersebut.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi peminat dalam memilih jurusan akuntansi Sanata Dharma Yogyakarta

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen diantaranya adalah:

a. Citra

Beberapa pengertian tentang citra disampaikan oleh pakar pemasaran Aaker dan Keller, 1990 (dalam Gunawan, 2004 : 102) mengemukakan citra adalah persepsi konsumen tentang kualitas yang berkaitan dengan merk/nama perusahaan. Aaker dan Keller, 1990 (dalam Gunawan, 2004 : 102) juga menjelaskan bahwa pada tingkat perusahaan, citra perusahaan dapat didefinisikan sebagai persepsi tentang sebuah organisasi yang terefleksi dalam ingatan konsumen. Persepsi adalah proses pemilihan, pengorganisasian dan penginterpretasian masukan informasi untuk menghasilkan makna (Ferrel, 1995 : 195).

Citra yang baik dari suatu organisasi (baik korporasi maupun lokal), merupakan asset, karena citra mempunyai suatu dampak pada persepsi konsumen dari komunikasi dan operasi organisasi dalam beberapa hal. Kotler, 2000 (dalam Handayani, 2006) mengatakan bahwa sikap dan tindakan seseorang terhadap obyek sebagian besar

karena citra obyek tersebut. Penelitian tentang citra dan loyalitas pelanggan oleh Selnes, 1993 (dalam Handayani, 2004 : 103) menyimpulkan bahwa ada pengaruh reputasi merek dalam menjelaskan loyalitas pelanggan.

b. Minat

Minat merupakan suatu kondisi di dalam diri individu yang sangat berpengaruh terhadap sikap dan proses belajar tentang suatu hal. Menurut Eysenck, 1953 (dalam Gunawan, 2004 : 41) minat sebagai sikap positif terhadap obyek atau sekelompok obyek yang membuat seseorang menjadi tertarik terhadap obyek tersebut.

Menurut Crow, 1950 (dalam Gunawan, 2004 : 41) minat berhubungan dengan "*motivating force*" yang menyebabkan seseorang memperhatikan sesuatu, dapat berupa orang, obyek, atau aktifitas atau dapat berupa pengalaman afektif yang telah distimulasi oleh aktivitas itu sendiri.

c. Place (Lokasi)

Faktor lokasi juga sangat menentukan bagi pengembangan PTS di masa mendatang. Lokasi PTS bagi calon mahasiswa tidak saja dipandang dari sisi tempat tetapi juga lingkungan dan iklim yang kondusif bagi proses pendidikan tinggi (Risdiyanto dan Dharmmesta, 2001 : 415).

Berdasarkan penelitian Risdiyanto dan Dharmmesta, 2001 menyatakan bahwa pertimbangan lokasi dapat ditentukan oleh

empat indikator, yaitu lokasi PTS di pinggiran kota, hubungan lokasi dengan bonafiditas PTS, keamanan lingkungan dan kota pendidikan. Pertimbangan lokasi di pinggiran kota menunjukkan persepsi responden bahwa lokasi di pinggiran kota mencerminkan biaya hidup yang rendah. Pertimbangan kedua mengenai lokasi PTS tidak menentukan bonafiditasnya sehingga lokasi di PTS yang terletak di pinggiran kota tidak mencerminkan kinerja jasa pendidikan yang lebih buruk dibandingkan dengan kinerja jasa pendidikan PTS di tengah kota. Di samping itu, citra kota pendidikan menjadi pertimbangan pula dalam menentukan pemilihan PTS. Pemilihan PTS oleh calon mahasiswa juga dipengaruhi oleh pertimbangan keamanan lingkungan di sekitar lokasi PTS maupun tempat tinggal calon mahasiswa yang bertempat tinggal sementara di sekitar lokasi PTS.

d. Physical Evidence (Bukti Fisik)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Sutrisno Wibowo, 2001 menyatakan bahwa faktor bukti fisik dapat ditentukan oleh empat indikator yaitu desain fasilitas, keindahan lingkungan, pakaian karyawan dan dosen, serta tersedianya tempat parkir.

e. Price (Harga)

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau

ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli (Husein Umar, 2002 : 34). Keputusan harga disesuaikan dengan strategi ”*marketing-mix*”-nya, dimana manajemen harus mempertimbangkan ”*marketing-mix*” sebagai satu keseluruhan. Jika produk diposisikan atas dasar faktor bukan harga, maka keputusan-keputusan mengenai mutu, promosi, dan distribusi akan mempengaruhi harga, tetapi jika harga merupakan sebuah faktor dalam penentuan posisi, maka harga akan sangat mempengaruhi keputusan-keputusan mengenai unsur ”*marketing-mix*” lainnya (Husein Umar, 2002 : 34).

f. Keputusan Kolektif / Bersama

Berdasarkan penelitian Schutte & Ciarlante, 1998 (dalam Gunawan, 2004 : 41) perilaku orang Asia cenderung mempertimbangkan masyarakat bersama/kelompok bukan secara individu.

Pemasaran tidak hanya membicarakan mengenai produk, harga produk dan mendistribusikan produk, tetapi juga mengkomunikasikan produk ini kepada masyarakat agar produk tersebut dikenal dan akhirnya dibeli (Husein Umar, 2002 : 36).

Assael, 1992 (dalam Gunawan, 2004 : 41) menemukan bahwa pembuatan keputusan bersama lebih memungkinkan dalam situasi berikut ini (Yuliana, 2004):

- 1) Ketika tingkat resiko yang dirasakan dalam pembelian tinggi.

- 2) Ketika keputusan pembelian penting untuk keluarga.
- 3) Ketika ada sedikit tekanan waktu (tersedia cukup waktu).
- 4) Untuk kelompok demografi tertentu.

g. Tersedianya lapangan kerja bagi lulusan akuntansi

Tersedianya lapangan kerja dan memperoleh penghasilan yang tinggi juga merupakan salah satu pertimbangan bagi para peminat untuk memilih suatu jurusan dalam perguruan tinggi tertentu (Gunawan, 2004 : 42).

Permintaan dan penawaran tenaga kerja di dalam suatu jenis pekerjaan sangat besar peranannya dalam menentukan tingkat penghasilan di suatu jenis pekerjaan. Dalam suatu pekerjaan di mana terdapat penawaran tenaga kerja yang cukup besar tetapi tidak banyak permintaannya, tingkat penghasilannya cenderung mencapai tingkat yang rendah. Sebaliknya di dalam suatu pekerjaan di mana terdapat penawaran tenaga kerja yang terbatas tetapi permintaannya sangat besar, tingkat penghasilannya cenderung mencapai tingkat yang tinggi (Gunawan, 2004 : 42).

Lulusan akuntansi masih banyak dibutuhkan dalam dunia kerja. Hal ini dapat diketahui dari banyaknya lowongan pekerjaan yang masih membutuhkan tenaga kerja akuntan baik dari media cetak maupun media elektronik karena dalam perekonomian yang semakin maju, kegiatan-kegiatan ekonomi semakin memerlukan tenaga terdidik, antara lain tenaga akuntan (Gunawan, 2004 : 42).

Para konsumen umumnya ingin menciptakan dan mempertahankan sekelompok produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka baik pada saat ini maupun di masa yang akan datang. Untuk mencapai hal ini, para konsumen membuat berbagai keputusan pembelian. Misalnya, orang harus membuat keputusan sehari-hari diantaranya berkaitan dengan pendidikan (Ferrel, 1995).

Pendidikan memiliki peran penting dalam menghasilkan sumber daya yang handal. Penyedia jasa pendidikan diharapkan dapat menjalankan kewajiban untuk menciptakan manusia berkualitas melalui suatu proses pendidikan secara efektif (Risdiyanto dan Dharmmesta, 2001 : 401).

Di era globalisasi ini, para lulusan dari berbagai Perguruan Tinggi bersaing untuk memperoleh pekerjaan. Perguruan Tinggi yang sudah dikenal mampu menghasilkan lulusan yang berkualitas biasanya lebih mudah dalam memperoleh pekerjaan. Sehingga keputusan untuk memilih suatu Perguruan Tinggi ikut berperan dalam hidup mahasiswa dan orang tua mahasiswa dalam era globalisasi saat ini.

3. Hubungan antara perilaku konsumen dengan minat

Perilaku seseorang sangat tergantung pada minatnya, sedangkan minat berperilaku tergantung pada sikap dan norma subyektif atas perilaku. Sikap individual terbentuk dari kombinasi antara keyakinan

dan evaluasi tentang keyakinan penting seseorang, sedangkan norma subyektif ditentukan oleh keyakinan dan motivasi bahwa orang penting lain berpendapat sebaiknya melaksanakan atau tidak berperilaku (Ratih, 2005 : 34).

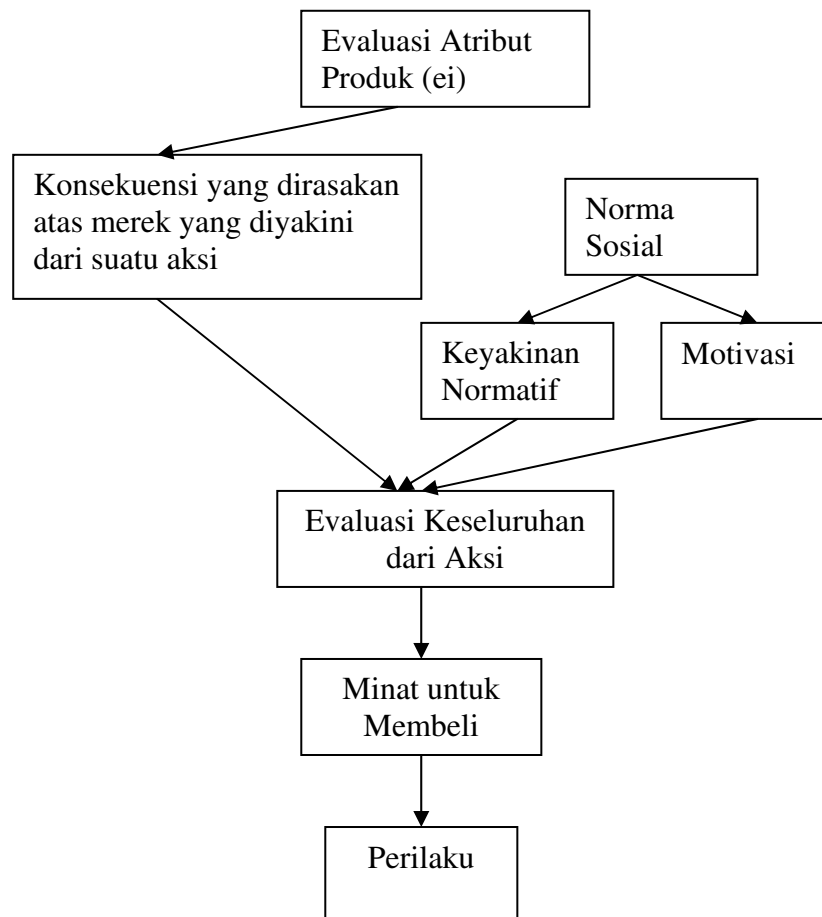
Salah satu teori yang dapat menerangkan hubungan antara sikap, minat dan perilaku adalah teori *reasoned action*, yang dikemukakan oleh Feisbein dan Ajzen, 1975 (dalam Nugroho Setiadi, 2003 : 222) mengenai mode intensi perilaku (*Feisbein's Behavioral Intention Model*).

Model-model sikap yang berkembang akan mempunyai relevansi bagi para pemasar jika model itu mampu memprediksi perilaku konsumen. Dengan perkataan lain, sejauh mana sikap konsumen mampu dijadikan dasar untuk memprediksi perilakunya.

Menurut teori *Reasoned Action* dari Fishbein pengukuran sikap yang tepat seharusnya didasarkan pada tindakan pembelian atau penggunaan merek produk bukan pada merek itu sendiri. Tindakan pembelian dan mengkonsumsi produk pada akhirnya akan menentukan tingkat kepuasan. Selain adanya modifikasi pengukuran sikap berdasarkan tindakan, Fishbein memodifikasi model dengan mendefinisikan kepercayaan sebagai akibat yang dirasakan dari tindakan daripada sebagai atribut -atribut merek yang dirasakan. Fishbein menyimpulkan elemen-elemen lain juga mempengaruhi perilaku. Karena norma keluarga dan *peer group* begitu penting dalam pembentukan

sikap, dia memperkenalkan pengaruh sosial ke dalam model adalah kepercayaan normatif dan motivasi untuk patuh. Teori *Reasoned Action* dari Fishbein ini ditunjukkan pada gambar II.2 (Nugraha Setiadi, 2003 : 222).

Proses motivasi mendasari dan mengarahkan perilaku konsumen di dalam melakukan pembelian. Sebenarnya ada beberapa teori perilaku konsumen, namun penulis hanya memfokuskan pada teori ekonomi mikro dalam teori perilaku konsumen (Ratih, 2005 : 35).



Gambar II.2 Teori Aksi Reaksi dari Feisbein

Sumber: Assael, H (1992), *Consumer Behavior and Marketing Action*, 4 ,p.213, Boston.

Teori ekonomi mikro didasarkan pada asumsi, yaitu:

- a). Konsumen selalu mencoba untuk memaksimalkan kepuasan dalam batas-batas kemampuan finansialnya.
- b). Ia mempunyai pengetahuan tentang beberapa alternatif sumber untuk memuaskan kebutuhannya.
- c). Ia selalu bertindak dengan rasional.

Menurut teori ini, setiap konsumen akan mendapatkan kepuasan maksimum dan konsumen akan meneruskan pembeliannya terhadap suatu produk untuk jangka panjang atau jangka waktu yang lama bila ia telah mendapatkan kepuasan dari produk yang sama telah dikonsumsinya (Ratih, 2005 : 35).

Melihat atribut yang diteliti tentang karakteristik konsumen, maka teori ini dapat dikatakan sebagai teori yang paling rasional atau berhubungan erat dengan masalah tingkat pendapatan, usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan pekerjaan. Faktor-faktor tersebut sangat berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan tentang pembelian suatu produk tertentu bagi konsumen.

BAB III

METODA PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus

B. Waktu dan tempat penelitian

1. Penelitian dilakukan pada bulan November-Desember tahun 2006.
2. Penelitian ini dilaksanakan di Kampus USD pada waktu jam kuliah mahasiswa baru angkatan 2006.

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang hendak diteliti, meliputi:

1. Citra jurusan akuntansi USD (C)
2. Minat terhadap jurusan akuntansi USD (M)
3. Keputusan kolektif (KK)
4. Lapangan kerja (LK)

Variabel dependennya adalah keputusan peminat, sedangkan variabel independennya adalah citra, minat, keputusan kolektif dan lapangan kerja.

D. Populasi Penelitian

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa baru angkatan 2006 yang berjumlah 152 orang.

E. Jenis Data

Data penelitian yang dipakai adalah data primer. Data Primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama, baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisisioner yang biasa dilakukan

oleh peneliti. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan menggunakan kuisisioner.

F. Teknik Pengumpulan Data

Data diperoleh dengan menyampaikan kuisisioner secara langsung kepada mahasiswa Akuntansi angkatan 2006 pada waktu jam kuliah di FE USD. Kuisisioner diisi secara personal oleh responden. Bila mahasiswa tidak hadir pada saat jam kuliah tersebut maka mereka tidak menjadi responden.

G. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Validitas

Analisis Faktor merupakan salah satu cara pengujian validitas internal kuisisioner. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh ketepatan alat ukur yang dikembangkan dapat mengukur data dengan benar. Untuk mengetahui apakah pertanyaan dalam kuisisioner valid atau tidak, diuji dengan menggunakan *Principal Component Factor Analysis with Varimax Rotation*. *Principal Component Analysis* merupakan model dalam analisis faktor yang tujuannya untuk melakukan prediksi terhadap sejumlah faktor yang akan dihasilkan. Analisis faktor selain mampu menguji validitas kuisisioner sekaligus juga mampu mengelompokkan variabel-variabel yang memiliki kemiripan menjadi satu faktor, sehingga dimungkinkan dari beberapa atribut yang mempengaruhi suatu komponen variabel dapat diringkas menjadi beberapa faktor utama yang jumlahnya lebih sedikit.

Dalam penelitian ini, item/variabel pertanyaan akan digunakan dalam kuesioner jika skornya > 0.40 . Angka ini merupakan *rule of thumb* dalam melakukan analisis faktor. Bila dalam hasil pengolahan analisis faktor seluruh pertanyaan memiliki nilai *factor loading* lebih besar dari 0.40, ini berarti seluruh pertanyaan dalam kuisisioner dinyatakan *valid*. *Factor loading* adalah faktor matriks yang berisi koefisien bobot kontribusi suatu variabel terhadap faktor.

Langkah-langkah dalam pengolahan menggunakan analisis faktor adalah sebagai berikut:

a. Penyusunan matriks korelasi

Proses analisis faktor didasarkan pada matriks korelasi antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, untuk memperoleh analisis faktor semua variabel-variabelnya harus berkorelasi. Untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel dapat digunakan uji *Barletts Test Sphericity*. Jika hasilnya signifikan berarti matrik korelasi memiliki korelasi signifikan dengan sejumlah variabel. Uji lain yang digunakan untuk melihat interkorelasi antar variabel dan dapat tidaknya analisis faktor dilakukan adalah *Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy* (KMO). Nilai *Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy* (KMO) merupakan sebuah indeks perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan koefisien parsialnya. Nilai KMO bervariasi dari 0 sampai 1, jika nilai $KMO < 0.5$ maka analisis

faktor tidak dapat dilakukan. Nilai KMO dikatakan mencukupi apabila lebih besar atau sama dengan 0.5. Data ini dapat diperoleh dengan bantuan SPSS dan ditunjukkan pada lampiran tabel *Barlett's Test Sphericity* dan *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO). Kedua pengujian ini digunakan untuk mengetahui kecukupan sampelnya. Kecukupan sampelnya disini bukan kaitannya dengan populasi/sampel yang sudah ditentukan di awal tetapi dalam kaitannya dengan kondisi apakah data sudah cukup atau tidak untuk diuji menggunakan analisis faktor.

b. Penentuan Jumlah Faktor (Ekstraksi Faktor)

Bila data dinyatakan sudah cukup melalui pengujian *Barlett's Test Sphericity* dan *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) maka tahap selanjutnya adalah penentuan jumlah faktor. Penentuan jumlah faktor diperlukan untuk mewakili variabel-variabel yang akan dianalisis, didasarkan pada besarnya *eigenvalue* serta persentase total variannya. Hanya faktor yang memiliki *eigenvalue* sama atau lebih besar dari 1 (satu) yang dipertahankan dalam model analisis faktor sedangkan yang lainnya dikeluarkan dari model. Dengan bantuan statistik maka data tersebut diperoleh dan ditunjukkan pada lampiran tabel *total variance Explained*. Faktor yang terbentuk selanjutnya menunjukkan variabel yang ada dalam kuisioner.

c. Rotasi faktor (Rotasi *Varimax*)

Setelah menentukan faktor-faktor yang terbentuk maka akan dilakukan rotasi faktor. Hasil dari ekstraksi faktor dalam matriks faktor mengidentifikasi hubungan antarfaktor dan variabel individual, namun dalam faktor-faktor tersebut banyak variabel yang berkorelasi sehingga sulit diinterpretasikan maka melalui rotasi faktor matrik, faktor matrik ditransformasikan ke dalam matriks yang lebih sederhana sehingga mudah diinterpretasikan. Dengan bantuan statistik dilakukan proses rotasi faktor, sehingga data tersebut diperoleh dan ditunjukkan pada lampiran tabel *rotated component matrix*. Penjabaran lainnya mengenai rotasi faktor adalah:

- a) Tahap ini dilakukan untuk mencari harga maksimum dari kontribusi variabel manifes terhadap salah satu variabel laten, sehingga akan diperoleh hasil pengelompokan variabel manifes menjadi variabel laten yang lebih baik. Variabel manifes adalah indikator terukur yang membentuk variabel laten. Sedangkan variabel laten adalah variabel yang tidak terukur.
- b) Tahap ini merupakan tes ulang apakah variabel yang sudah ada masih dapat dipisahkan lagi atau tidak menjadi variabel laten yang lebih baik.

d. Interpretasi Faktor

Setelah mengetahui variabel-variabel yang terbentuk selanjutnya dilakukan interpretasi faktor. Interpretasi faktor dilakukan dengan mengklasifikasikan variabel yang mempunyai *factor loading* > 0.4 . Instrumen dengan *factor loading* > 0.4 berarti lebih signifikan. Penjabaran lainnya mengenai *factor loading* adalah:

- 1) *Factor loading* menunjukkan tingkat keeratan suatu variabel terhadap variabel yang terbentuk. *Loading* dengan nilai terbesar berarti mempunyai peranan utama pada faktor tersebut. Variabel yang memiliki nilai *loading* < 0.4 dianggap tidak memiliki peranan yang berarti terhadap faktor yang terbentuk sehingga variabel tersebut dapat diabaikan dalam pembentukan faktor.
- 2) Pembobotan faktor (*factor loading*) ini menunjukkan besarnya kontribusi variabel manifes terhadap variabel laten. Bila faktor-faktor sudah terbentuk berdasarkan kriteria nilai *loading* > 0.4 maka kemudian dilanjutkan penamaan faktor tersebut. Untuk menamai faktor yang telah terbentuk dalam analisis faktor, dapat dilakukan dengan dua cara yaitu (Suliyanto, 2005):
 - a) Memberikan nama faktor yang dapat mewakili nama-nama variabel yang membentuk faktor tersebut.

b) Memberikan nama faktor berdasarkan variabel yang memiliki nilai *factor loading* tertinggi. Hal ini dilakukan apabila tidak dimungkinkan untuk memberikan nama faktor yang dapat mewakili semua variabel yang membentuk faktor tersebut.

Bila nantinya variabel-variabel yang membentuk faktor-faktor tersebut teratur berdasarkan variabel-variabel penelitiannya maka dalam pemberian nama faktor, peneliti memilih melakukan pemberian nama dengan cara pertama dimana pemberian nama faktor yang mewakili nama-nama variabel yang membentuk faktor tersebut.

2. Pengujian Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh konsistensi alat ukur dalam memberikan hasil pengukuran. Alat uji yang akan digunakan adalah koefisien *Cronbach Alpha*. Keandalan alat ukur berdasarkan metode *Cronbach Alpha* memiliki nilai 0 sampai dengan 1, semakin tinggi keandalan suatu alat ukur maka akan semakin diterima. Instrumen dengan alat uji kuisioner dikatakan reliabel bila *Cronbach's Alpha*nya memiliki nilai lebih besar dari 0.50 (Gunawan, 2004 : 43). Bila nilai koefisien *Cronbach Alpha* dari kuisioner >0.5 menunjukkan bahwa isi kuisioner yang digunakan memiliki tingkat ketepatan,

kesesuaian dan homogenitas yang memadai untuk menjaga mutu hasil penelitian.

3. Analisis Faktor

Dalam analisis faktor juga diuji apakah item yang membentuk variabel memiliki keeratan satu sama lain. Disini akan diperoleh hasil bahwa variabel yang memiliki kemiripan akan membentuk satu variabel, sedangkan variabel yang tidak memiliki kemiripan akan membentuk variabel lain

Pengujian analisis faktor dilakukan bersamaan dengan pengujian validitas. Pengujian ini menitikberatkan pada variabel yang terbentuk. Berdasarkan lampiran analisis faktor, pada tabel rotasi faktor akan menunjukkan jumlah variabel yang terbentuk dan sifatnya sudah *final*. Faktor-faktor tersebut dikatakan sudah *final* karena faktor yang terbentuk tersebut sudah tidak dapat dipecahkan/dipisahkan lagi menjadi faktor yang lain. Nantinya inilah variabel yang menentukan faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan peminat dalam memilih Jurusan Akuntansi USD.

Tahap-tahap yang perlu diperhatikan dalam analisis faktor adalah:

a. Pada tabel KMO and Barlett's Test

Angka *KMO measure of sampling adequacy* > 0.5 dan nilai *Bartlett test dengan Approx chi-square* memiliki signifikansi < 0.05 , maka

berdasarkan pengujian tersebut maka sampelnya dianggap sudah mencukupi sehingga analisis faktor dapat dilanjutkan.

b. Pada tabel *total variance explained*

Tabel *total variance explained* digunakan untuk mengetahui banyaknya faktor yang terbentuk. Faktor yang terbentuk harus memiliki nilai *eigenvalue* ≥ 1 . Pada tabel inilah akan ditunjukkan faktor yang mempengaruhi keputusan peminat untuk memilih Jurusan Akuntansi USD sebelum dilakukan rotasi.

c. Pada tabel *component matrix*

Tabel *component matrix* digunakan untuk mendistribusikan variabel-variabel yang telah diekstrak ke dalam faktor yang telah terbentuk berdasarkan *factor loading*-nya.

Variabel dimasukkan dalam faktor yang memiliki *factor loading* terbesar. *Factor loading* menunjukkan tingkat keeratan suatu variabel terhadap variabel yang terbentuk.

Semakin besar nilai *factor loading*-nya, maka semakin nyata variabel tersebut dapat dimasukkan dalam salah satu faktor, begitu pula sebaliknya. Dalam beberapa hal dapat ditemukan suatu keadaan bahwa suatu variabel memiliki tingkat keeratan yang relatif sama dengan beberapa faktor yang terbentuk, sehingga perlu dilakukan rotasi.

d. Pada tabel *rotated component matrix*

Rotated component matrix menunjukkan distribusi variabel-variabel yang telah diekstrak ke dalam faktor yang telah terbentuk berdasarkan *factor loading*-nya setelah dilakukan proses rotasi. Nilai *factor loading* dimungkinkan berubah setelah mengalami rotasi. Variabel yang memiliki *factor loading* < 0.4 dianggap memiliki kontribusi yang lemah terhadap faktor yang terbentuk sehingga harus direduksi dari faktor yang dibentuknya.

Metode rotasi menggunakan prosedur *varimax*. Menurut Hair, 1998 (dalam Imam Ghozali, 2006) menyatakan bahwa metode *varimax* terbukti sangat berhasil sebagai pendekatan analitik untuk mendapatkan rotasi *orthogonal* suatu faktor. Rotasi *Orthogonal* adalah metode rotasi dengan cara memutar sumbu ke kanan sampai 90 derajat.

Pada dasarnya tahap-tahap ini sama dengan tahap-tahap yang ada dalam pengujian validitas, tetapi disini dijabarkan lebih detail karena ditunjukkan sumber data tersebut diperoleh berdasarkan metode analisis faktor.

Pengujian validitas dan pengelompokkan variabel-variabel yang memiliki kemiripan menjadi satu faktor merupakan satu kesatuan dalam pengolahan data dengan metode analisis faktor. Tetapi agar lebih jelas maka ditulis dalam penjelasan yang terpisah.

BAB 1V

GAMBARAN UMUM UNIVERSITAS

A. Sejarah Umum

Pada tanggal 17 Desember 1955 PTPG Sanata Dharma diresmikan oleh pemerintah dan kemudian mengalami perubahan PTPG menjadi FKIP Sanata Dharma pada bulan November 1958. Nama Sanata Dharma sendiri diciptakan oleh Pater K.Looymans, S.J., pejabat Departemen PP dan K di Kawali (Kantor Waligereja Indonesia). Aslinya, Sanata Dharma dibaca Sanyata Dharma. Nyata Dharma artinya “kebaktian yang sebenarnya” atau “pelayanan yang nyata”. FKIP Sanata Dharma merupakan bagian dari Universitas Katolik Indonesia cabang Yogyakarta. Pada masa FKIP ini, Sanata Dharma memperoleh status DISAMAKAN dengan negeri berdasarkan SK Menteri PTIP No.1/1961, pada tanggal 6 Mei 1961 Junto No.77/1962 tanggal 11 Juli 1962. Setelah mengalami perubahan-perubahan dan peningkatan-peningkatan bersamaan dengan berjalannya waktu, PTPG berubah menjadi Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP). Pengembangan IKIP Sanata Dharma yang nantinya menjadi embrio dari Universitas Sanata Dharma tidak dipisahkan dengan seorang tokoh pendidikan bernama Prof. Dr. N. Driyarkara, S.J. Beliau yang ikut merintis terbentuknya IKIP Sanata Dharma yang dulu bernama Perguruan Tinggi Pendidikan Guru Sanata Dharma. IKIP Sanata Dharma yang sudah mendapat pengakuan dari masyarakat tentang kualitas lulusan anak didiknya berubah lagi menjadi universitas karena menyesuaikan perkembangan jaman walaupun IKIP-nya

masih ada. Universitas Sanata Dharma didirikan pada tanggal 20 April 1993 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia nomor 46/D/0/1993.

B. Tujuan, Misi, dan Visi Universitas Sanata Dharma

Universitas Sanata Dharma berasaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 dan berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku. Universitas memiliki ciri khas pendidikan Serikat Yesus yang memuat unsur-unsur:

1. Inspirasi nilai-nilai Kristiani, yaitu cinta kasih dan hormat pada keluhuran martabat manusia yang menjadi dasar pengembangan pandangan kemanusiaan yang integral.
2. Pengakuan kebaikan hakiki dunia sebagai ciptaan Allah yang harus dipelajari, diselidiki, dan direnungkan maknanya serta dibangun dan dilestarikan demi kesejahteraan umat manusia dan kemuliaan Allah yang lebih besar.
3. Pengembangan bakat dan kepribadian manusia serta penuh dan utuh sehingga tercapai taraf kedewasaan intelektual, psikologis, moral dan artistik demi pelayanan kepada manusia.
4. Penyiapan kader-kader bangsa yang memiliki kesadaran social yang tinggi, wawasan kebangsaan yang luas, keprihatinan bagi mereka yang miskin dan menderita.
5. Keunggulan dalam bidang akademik dan pendidikan.

Universitas mengembangkan visi pendidikan Prof. Dr. Driyarkara, S.J. Bahwa pendidikan adalah hubungan manusiawi antara pendidik dan peserta didik, antara peserta didik satu sama lain dengan sikap saling menghargai dan membantu untuk mewujudkan kemanusiaan mereka.

C. Lambang, Bendera, Hymne, Mars dan Busana Akademik

1. Universitas memiliki lambang yang berbentuk teratai coklat bersudut lima dengan sebuah obor hitam yang menyala merah, sebuah buku yang terbuka dengan tulisan “Ad Maiorem Dei Gloriam” dan tulisan “Univesitas Sanata Dharma Yogyakarta” bewarna hitam di dalamnya; gambar teratai bermakna kemuliaan; warna coklat berarti kedewasaan; sudut lima melambangkan Pancasila; obor menyatakan semangat hidup yang menyala-nyala; buku menggambarkan ilmu pengetahuan yang selalu berkembang; dan ”Ad Maiorem Dei Gloriam” berarti ”demi kemuliaan Allah yang lebih besar”, “Sanata Dharma” berarti perbuatan luhur yang nyata.
2. Bendera Universitas berwarna kuning, berbentuk persegi panjang dengan perbandingan panjang dan lebar tiga berbanding dua, serta berisi lambing Universitas di tengahnya; warna kuning mengandung makna kemuliaan.
3. Hymne Universitas berjudul “Hymne Sanata Dharma”.
4. Mars Universitas berjudul “Mars Sanata Dharma”.

5. Universitas memiliki busana akademik untuk upacara-upacara akademik; bentuk busana akademik disesuaikan dengan peraturan pemerintah dan diatur dengan ketentuan rektor.

D. Misi Jurusan/Program Studi Akuntansi Secara Spesifik

Memasuki era globalisasi, tantangan yang harus dihadapi para pelaku bisnis semakin berat, persaingan semakin ketat. Pengembangan dan penyesuaian dengan lingkungan bisnis yang selalu berubah menjadi tuntutan yang mutlak bagi mereka yang berhubungan dengan dunia bisnis, termasuk penyelenggara pendidikan bisnis. Untuk menjawab tantangan tersebut, Jurusan/Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi memfokuskan misinya pada penyiapan sumber daya manusia di bidang akuntansi yang profesional, berkepribadian matang, serta memiliki integritas moral yang tinggi. Para lulusan di bidang akuntansi ini akan mengisi kebutuhan tenaga penyedia informasi yang akurat, lengkap dan tepat waktu yang berguna untuk pengambilan keputusan bisnis.

Penyelenggaraan program pendidikan S1 dalam bidang akuntansi bertujuan untuk:

1. Menghasilkan tenaga profesional di bidang akuntansi.
2. Menghasilkan lulusan yang memiliki nilai lebih dalam pengelolaan informasi keuangan yaitu mampu memanfaatkan teknologi informasi secara memadai dalam menjawab perubahan dan perkembangan dunia bisnis.

3. Menghasilkan lulusan yang mampu menciptakan lapangan kerja bagi dirinya maupun masyarakat sekitar.

E. Akreditasi Universitas Sanata Dharma dan Pesaing

Menurut data Kopertis V Daerah Istimewa Yogyakarta pada tanggal 23 Agustus 2007, diperoleh data mengenai universitas yang banyak diminati oleh para peminat khususnya peminat jurusan akuntansi adalah sebagai berikut:

No	Nama Universitas	Taraf	Akreditasi
1.	Sanata Dharma (SADHAR)	S1	B
2.	Universitas Atmajaya (UAJY)	S1	B
3.	Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW)	S1	C
4.	UPN Veteran	S1	B
5.	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)	S1	B
6.	Universitas Islam Indonesia (UII)	D3	B
7.	Universitas Ahmad Dahlan (UAD)	S1	B
8.	Janabadra	S1	B
9.	Wangsa Manggala	S1	B
10.	Widya Mataram	S1	C
11.	PGRI	S1	Terdaftar
12.	Universitas Teknologi Yogyakarta	D3	A
13.	Cokroaminoto	S1	Terdaftar
14.	Kristen Immanuel	D3	Terdaftar

Sumber:Kopertis V:DIY-PTS *Online*, 23 Agustus 20

BAB V

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian, maka selanjutnya dalam bab ini disajikan analisis data dan pembahasan. Sebelum data di analisis akan dijabarkan tentang kuisisioner dan deskripsi responden.

1. Kuesioner

Kuesioner digunakan sebagai alat bantu untuk menunjang penelitian yang dilakukan oleh penulis. Kuesioner ini terdiri dari beberapa pertanyaan untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan peminat memilih jurusan akuntansi USD. Kuesioner ini dibagikan kepada 145 responden, kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga bagian:

- a) Bagian satu berisi tentang pertanyaan-pertanyaan untuk mengetahui karakteristik responden.
- b) Bagian dua berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai proses awal yang melandasi peminat memilih jurusan akuntansi USD.
- c) Bagian tiga tentang pertanyaan untuk mengetahui pengaruh variabel citra, minat, keputusan kolektif dan lapangan kerja terhadap keputusan peminat memilih jurusan akuntansi USD.

Dari populasi sebanyak 152 responden hanya diperoleh 145 mahasiswa yang dapat dijadikan responden karena sebanyak 7 mahasiswa tidak hadir kuliah pada saat dilakukan penelitian ini. Kuesioner yang telah dibagikan kepada responden seluruhnya berjumlah 145 kuesioner. Kuesioner yang dikembalikan dan dinyatakan lengkap 125 kuesioner. Kuesioner yang

dikembalikan tetapi tidak lengkap 6 responden dilihat dari ketidaklengkapan dalam pengisian profil responden dan isi kuesioner. Kuesioner yang tidak dikembalikan 14 kuesioner. Data ini dapat dilihat pada tabel V.1.

Tabel V.1
Deskripsi Proses Pembagian dan Pengumpulan Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang kembali dan lengkap	125 kuesioner
Kuesioner yang kembali tetapi tidak lengkap	6 kuesioner
Kuesioner yang tidak kembali	14 kuesioner
Total kuesioner yang dibagikan	145 kuesioner

Sumber: Data Primer

Dari 145 kuesioner yang dibagikan ternyata hanya ada 125 kuesioner yang dinyatakan lengkap dan yang dapat diolah seperti ditunjukkan pada tabel V.1.

2. Analisis Profil Responden

a) Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang memilih Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi USD berdasarkan jenis kelamin untuk tingkat tertinggi peminat jurusan akuntansi USD didominasi oleh mahasiswa perempuan sebanyak 69 orang (55.2 %) dan tingkat kedua ditempati oleh mahasiswa laki-laki sebanyak 56 orang (44.8%). Data ini dapat dilihat pada tabel V.2.

Tabel V.2
Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	69	55.2
Laki-Laki	56	44.8
Jumlah	125	100.00

Sumber: Data Primer

Peminat dengan jenis kelamin perempuan yang paling mendominasi memilih jurusan USD untuk angkatan 2006 seperti ditunjukkan pada tabel V.2.

b) Profil Responden Berdasarkan Status Pelajar

Peminat jurusan akuntansi USD angkatan 2006 terdiri dari pelajar dengan status lulusan SMU, SMK dan SMU Swasta Katolik data dapat dilihat pada tabel V.3.

Tabel V.3
Persentase Responden Berdasarkan Status Pelajar

Status Pelajar	Jumlah	Persentase
SMU Negeri	38	30.4
SMU Swasta non Katolik	82	65.6
SMU Swasta Katolik	5	4.0
Jumlah	125	100.0

Sumber: data primer

Peminat terbanyak berasal dari pelajar dengan status lulusan SMU swasta non katolik sebanyak 82 responden (65.6%). Tingkat kedua ditempati oleh peminat dengan status pelajar SMU sebanyak 38 responden (30.4%). Sedangkan tingkat ketiga ditempati oleh peminat dengan status pelajar SMU Swasta Katolik sebanyak 5 responden (4.0%) seperti ditunjukkan pada tabel V.3

c) Profil Responden Berdasarkan Daerah Asal

Peminat jurusan akuntansi berdasarkan daerah asal diklasifikasikan dalam 2 kelompok yaitu daerah asal Yogyakarta dan Luar Yogyakarta. dapat dilihat pada tabel V.4.

Tabel V.4
Persentase Responden Berdasarkan Daerah Asal

Daerah Asal	Jumlah	Persentase (%)
Yogyakarta	74	59.2
Luar Yogyakarta	51	40.8
Jumlah	125	100.0

Sumber: data primer

Peminat jurusan akuntansi USD tertinggi berasal dari Yogyakarta sebanyak 74 responden (59.2%), sedangkan peminat berasal dari luar Yogyakarta sebanyak 51 responden (40.8%). Peminat Jurusan Akuntansi masih didominasi para lulusan pelajar dari Yogyakarta seperti ditunjukkan pada tabel V.4.

d) **Tingkat Keputusan dalam Pemilihan Jurusan Akuntansi USD**

Tingkat keputusan peminat dalam pemilihan Jurusan Akuntansi USD diukur berdasarkan tiga komponen yaitu Jurusan Akuntansi USD sebagai satu-satunya pilihan, pilihan pertama dari pilihan yang lain atau pilihan terakhir dari pilihan yang lain data dapat dilihat pada tabel V.5.

Tabel V.5
Tingkat Keputusan dalam Pemilihan Jurusan Akuntansi USD

Keterangan	Jumlah	Persentase
Jurusan Akuntansi USD sebagai satu-satunya pilihan	13	10.4
Jurusan Akuntansi USD sebagai pilihan pertama dari pilihan yang lain	58	46.4
Jurusan Akuntansi USD sebagai pilihan terakhir dari pilihan yang lain	54	43.2
Jumlah	125	100.0

Sumber: data primer

Tingkat keputusan peminat yang memilih Jurusan Akuntansi USD sebagai pilihan pertama dari pilihan yang lain sebanyak 58 responden (46.4%) berada pada tingkat pertama. Tingkat kedua ditempati oleh

peminat yang memilih Jurusan Akuntansi USD sebagai pilihan terakhir dari pilihan yang lain sebanyak 54 responden (43.2%). Sedangkan tingkat ketiga ditempati oleh peminat yang memilih Jurusan Akuntansi USD sebagai satu-satunya pilihan sebanyak 13 responden (10.4%). Hal ini menunjukkan bahwa Jurusan Akuntansi USD masih menjadi pilihan pertama yang diprioritaskan oleh peminat dibandingkan dengan program studi yang lain seperti ditunjukkan pada tabel V.5

- f) Studi Peminatan Awal sebelum Pemilihan diterima sebagai mahasiswa USD
- Keputusan awal dalam penentuan studi peminatan mahasiswa dan PT yang ingin dituju para peminat terbagi dalam 10 universitas dan 23 studi peminatan dapat dilihat pada tabel V.6.

Tabel V.6
Studi Peminatan Awal Pemilih sebelum diterima sebagai mahasiswa
Jurusan Akuntansi USD

No	Perguruan Tinggi (PT)	Studi Peminatan	Jumlah
1.	Universitas Atmajaya (UAJY)	Arsitektur	2
		Akuntansi	5
		Komunikasi	2
		Teknik Informatika	1
		Jumlah	10
2.	Sekolah Tinggi Administrasi Negara (STAN)	Akuntansi	2
		Jumlah	2
3.	Universitas Sanata Dharma (USD)	Sastra Inggris	2
		PBI	4
		PBI&Sastra Inggris	2
		Psikologi	12
		Pendidikan Matematika	1
		Farmasi	3
		TI & Sastra Inggris	1
		Jumlah	25
4.	Universitas Gajah Mada (UGM)	Psikologi	1
		Kedokteran	1
		Akuntansi	4
		Manajemen	2
		Arsitektur	2
		Jumlah	10
5.	Universitas Nasional Yogyakarta (UNY)	PGSD	1
		Jumlah	1
6.	Universitas Duta Wacana (UKDW)	Teknik Informatika	1
		Akuntansi	1
		Jumlah	2
7.	Institut Padjajaran Bandung (IPB)	Pertanian	1
		Jumlah	1
8.	UNS	Sastra Jerman	1
		Jumlah	1
9.	Universitas Parahayangan	Hubungan Internasional	1
		Jumlah	1
10.	Universitas Indonesia (UI)	Sastra Cina	1
		Jumlah	1
		Jumlah Keseluruhan	54

Jumlah keseluruhan hanya terdapat 54 responden dikarenakan bila responden menjawab c pada pertanyaan no 1 kuisisioner bagian II yaitu USD dijadikan pilihan terakhir dari pilihan yang lain maka responden diharapkan mencantumkan PT dan studi peminatan awal yang hendak dipilih sebelum akhirnya memilih Jurusan Akuntansi USD. Sedangkan sebanyak 71 responden memilih jawaban a (USD sebagai satu-satunya

pilihan) sebanyak 13 responden dan memilih jawaban b (pilihan pertama dari pilihan yang lain) sebanyak 58 responden ditunjukkan pada tabel V.6.

Studi peminatan yang menjadi pilihan terbanyak dan berada posisi pertama adalah peminat yang memilih Universitas Sanata Dharma sebanyak 25 responden tetapi di luar bidang studi yang saat ini dipilih yaitu Program Studi Akuntansi. Tingkat kedua ditempati oleh dua PT yaitu Universitas Atmajaya sebanyak 10 responden dan Universitas Gadjah Mada juga sebanyak 10 responden. Tingkat ketiga ditempati oleh Universitas Atmajaya sebanyak 2 responden dan Sekolah Tinggi Administrasi Negara juga sebanyak 2 responden. Sedangkan tingkat keempat ditempati UNY , UNS, Universitas Parahayangan dan Universitas Indonesia dengan jumlah yang sama sebanyak 1 responden untuk tiap PT tersebut seperti ditunjukkan pada tabel V.6.

- e) Apakah pada waktu diterima di USD, mahasiswa angkatan 2006 juga diterima di Perguruan Tinggi (PT) lain?

Pada saat memilih memutuskan untuk memilih USD khususnya Jurusan Akuntansi, mereka dihadapkan berbagai alternatif pilihan mengingat semakin ketatnya persaingan antara lembaga pendidikan. Hingga akhirnya memutuskan USD sebagai lanjutan studi pendidikannya. Keputusan untuk memilih USD Jurusan Akuntansi dipengaruhi oleh berbagai alternatif-alternatif pilihan dapat dilihat pada tabel V.7

Tabel V.7
Alternatif Pilihan Pemilih Sebelum Diterima di USD

Keterangan	Jumlah	Persentase
Tidak	56	44.8
Ya, peminat diterima di satu PT lain	35	28.0
Ya, peminat diterima di dua PT lain	19	15.2
Ya, peminat diterima lebih dari dua PT lain	15	12.0
Jumlah	125	100.0

Pada tingkat tertinggi 56 responden ketika memutuskan untuk memilih Jurusan Akuntansi USD peminat tidak dalam keadaan diterima di PT yang lain. Tingkat kedua sebanyak 35 responden ketika memutuskan untuk memilih Jurusan Akuntansi USD, peminat juga mendaftar di PT lain dan diterima di salah satu PT tersebut. Tingkat ketiga sebanyak 19 responden ketika memutuskan untuk memilih Jurusan Akuntansi USD peminat juga mendaftar di PT lain dan diterima di dua PT tersebut. Sedangkan Tingkat keempat sebanyak 15 responden ketika memutuskan untuk memilih Jurusan Akuntansi USD, peminat juga mendaftar di PT lain dan diterima di lebih dari dua PT tersebut seperti ditunjukkan pada tabel V.7

3. Pengujian Validitas

Dalam penelitian ini perhitungan analisa faktor dilakukan terhadap responden secara keseluruhan menggunakan bantuan *Software SPSS for Windows Release 11.0*. Adapun hasil perhitungannya adalah sebagai berikut: Pada saat dilakukan pengujian terhadap matriks korelasi antar variabel

ternyata diketahui bahwa korelasi antar variabel sangat kuat. Langkah-langkah dalam pengolahan menggunakan analisis faktor adalah sebagai berikut;

a. Penyusunan matriks korelasi

Nilai *Barlett Test of Sphericity* sebesar 4308.954 dengan nilai signifikan 0.000 berarti matrik korelasi memiliki korelasi signifikan dengan sejumlah variabel dan nilai *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) didapat sebesar 0.841, hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan analisis faktor pada masalah ini cukup memuaskan dan dapat dilanjutkan (Kaiser, 1974).

Pengujian statistik dengan *Kaiser-Meyer-Olkin dan Barlett Test of Sphericity* ini bertujuan untuk mengetahui kecukupan sampel sehingga analisis faktor dapat dilanjutkan.

b. Penentuan jumlah faktor (ekstraksi faktor)

Untuk menentukan jumlah faktor yang dipergunakan untuk mewakili data, metode yang digunakan adalah *Principal Component Analysis* (PCA). Pada tahap ini akan dilakukan ekstraksi faktor didasarkan atas kriteria *eigenvalue* (e) > 1 . Berdasarkan pengujian tersebut maka data ini layak untuk diolah dengan analisa faktor. Data tersebut dapat dilihat pada tabel V.8

Tabel V.8
Hasil Ekstraksi *Common Factors*

Faktor	Eigenvalue	Percent of Variance	Cumulative Percent of Variance
1	9.518	25.047	25.047
2	8.031	21.135	46.182
3	2.892	7.610	53.791
4	2.469	6.498	60.289
5	1.318	3.467	63.756
6	1.063	2.797	66.553

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel V.8 dapat disimpulkan bahwa minat responden secara umum terhadap pendidikan tinggi Akuntansi USD dipengaruhi oleh 6 faktor.

c. Rotasi faktor

Rotasi *varimax* dilakukan untuk mencari harga maksimum dari kontribusi variabel manifes terhadap salah satu variabel laten, sehingga akan diperoleh hasil pengelompokkan variabel manifes menjadi variabel laten yang lebih baik. Setelah dilakukan rotasi faktor, ternyata faktor yang tadinya berjumlah 5 faktor seperti ditunjukkan pada lampiran *component matrix* masih bisa dipisahkan lagi menjadi 4 faktor. Tahap ini sudah *final* karena sudah tidak dapat dipecahkan/dipisahkan menjadi faktor lainnya.

Berdasarkan hasil rotasi faktor, diperoleh 4 faktor yang mempengaruhi keputusan peminat untuk memilih Jurusan Akuntansi USD dikarenakan alasan sebagai berikut:

1. Item/variabel pertanyaan 8a mampu mengungkap dua faktor yaitu faktor 2 dan faktor 5. Berdasarkan nilai *loadingnya* yang lebih tinggi dalam pembentukan faktor 2 yaitu 0.674 dibandingkan nilai *loadingnya* untuk membentuk faktor 5 hanya sebesar 0.416. Hal ini

menunjukkan bahwa variabel pertanyaan 8a lebih mewakili/dominan dalam pembentukan faktor 2.

2. Item/variabel pertanyaan 30 mampu mengungkap dua faktor yaitu faktor 4 dan faktor 6. Berdasarkan nilai *loading*nya yang lebih tinggi dalam pembentukan faktor 4 yaitu 0.580 dibandingkan nilai *loading*nya untuk membentuk faktor 6 hanya sebesar 0.571. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pertanyaan 30 lebih mewakili/dominan dalam pembentukan faktor 4. Data mengenai variabel pembentuk faktor dapat dilihat pada tabel V.9 *rotated component matrix*.

Faktor yang terbentuk adalah 4 faktor karena variabel-variabel tersebut yang paling mewakili dalam pembentukan faktor. Faktor ini merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan peminat untuk memilih Jurusan Akuntansi USD. Seperti yang ditunjukkan pada tabel V.9

Tabel V.9
Rotated Component Matrix

Rotated Component Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
item.1	.769					
item.2a		.817				
item.2b		.811				
item.3		.764				
item.4		.781				
item.5a		.833				
item.5b		.861				
item.6		.766				
item.7		.641				
item.8a		.674			.416	
item.8b		.659				
item.9	.710					
item.10a	.780					
item.10b	.848					
item.11	.755					
item.12a	.656					
item.12b	.681					
item.13	.652					
item.14	.754					
item.15a		.775				
item.15b		.856				
item.16		.861				
item.17	.680					
item.18a	.869					
item.18b	.870					
item.19	.875					
item.20			.754			
item.21			.766			
item.22			.747			
item.23			.672			
item.24			.702			
item.25				.761		
item.26	.866					
item.27	.901					
item.28a				.748		
item.28b				.617		
item.29				.707		
item.30				.580		.571

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
 a. Rotation converged in 6 iterations.

d. Interpretasi Faktor

Interpretasi faktor dilakukan dengan mengklasifikasikan variabel yang mempunyai *factor loading* > 0.4. Instrumen dengan *factor loading* > 0.4 berarti lebih signifikan.

Penjabaran mengenai variabel-variabel tersebut dapat dilihat pada penjelasan di bawah ini:

Tabel V.10
Uji Validitas Variabel Pertanyaan

No	Variabel	Variabel Manifes	Bobot	Ket
1.	m1	Program studi akuntansi senantiasa melakukan penelitian dalam rangka untuk memajukan prodi akuntansi	0.769	Valid
2.	c2a	Proses pembelajaran di prodi akuntansi memudahkan dan membantu mahasiswa untuk cepat lulus	0.817	Valid
3.	c2b	Metode pengajaran prodi akuntansi bervariasi mempercepat pemahaman mahasiswa terhadap ilmu pengetahuan yang diajarkan oleh dosen	0.811	Valid
4.	c3	Tenaga pengajar (dosen) akuntansi USD yang berkualitas dan profesional.	0.764	Valid
5.	c4	Kualitas dan kuantitas dosen tetap prodi akuntansi.	0.781	Valid
6.	c5a	Prodi akuntansi USD tidak hanya mengunggulkan kualitas akademik.	0.833	Valid
7.	c5b	Prodi Akuntansi USD menjunjung tinggi nilai-nilai humanis	0.861	Valid
8.	c6	Prodi akuntansi USD menciptakan budaya sehat	0.766	Valid
9.	c7	Sistem pengajaran di Prodi akuntansi membentuk sikap kedisiplinan	0.641	Valid
10.	c8a	Hubungan kekeluargaan dosen dan mahasiswa akuntansi terjalin dengan akrab	0.674	Valid
11.	c8b	Dosen bersedia meluangkan waktu untuk membantu permasalahan mahasiswa.	0.659	Valid
12.	m9	Fasilitas yang mendukung kegiatan belajar mengajar mahasiswa akuntansi	0.710	Valid
13.	m10a	Prodi akuntansi senantiasa melakukan penelitian dalam rangka untuk memajukan prodi akuntansi.	0.780	Valid
14.	m10b	Prodi akuntansi senantiasa melakukan pengembangan dalam rangka peningkatan kualitas pendidikan prodi akuntansi.	0.848	Valid
15.	m11	Tidak perlu ikut ujian Negara.	0.755	Valid
16.	m12a	Program studi akuntansi sering mengadakan forum-forum ilmiah mengenai topik-topik akuntansi terbaru.	0.656	Valid
17.	m12b	Prodi akuntansi sering mengadakan forum-forum ilmiah yang berhubungan dengan bidang kajian di luar ilmu akuntansi.	0.681	Valid
18.	m13	Adanya beasiswa bagi mahasiswa jurusan prodi akuntansi yang berprestasi	0.652	Valid
19.	m14	Kuliah Kerja Nyata (KKN) prodi akuntansi jangka waktunya lebih singkat	0.754	Valid
20.	c15a	Kurikulum pembelajaran prodi akuntansi sangat luas	0.775	Valid
21.	c15b	Kurikulum pembelajaran akuntansi, relevan dengan kebutuhan dunia kerja.	0.856	Valid

Tabel V.10
Uji Validitas Variabel Pertanyaan (Lanjutan)

No	Variabel	Variabel Manifes	Bobot	Ket
22.	c16	Hubungan antar mahasiswa prodi akuntansi yang tidak individualis.	0.861	Valid
23.	m17	Adanya lembaga yang membantu dan membimbing mahasiswa akuntansi dalam pemecahan masalah akademik maupun non akademik.	0.680	Valid
24.	m18a	Adanya pertukaran antar mahasiswa akuntansi USD dengan mahasiswa dari perguruan tinggi dalam negeri	0.869	Valid
25.	m18b	Adanya pertukaran antar mahasiswa akuntansi USD dengan mahasiswa dari perguruan tinggi luar negeri	0.870	Valid
26.	m19	Banyaknya lulusan akuntansi USD yang memiliki tingkat penghasilan yang cenderung tinggi.	0.875	Valid
27.	kk20	Saya memilih prodi akuntansi karena saran dari guru SMU.	0.754	Valid
28.	kk21	Saya memilih prodi akuntansi karena keinginan orang tua.	0.766	Valid
29.	kk22	Saya memilih prodi akuntansi karena ajakan saudara / orang terdekat.	0.747	Valid
30.	kk23	Saya memilih prodi akuntansi karena lingkungan dimana saya tinggal / bersosialisasi banyak yang memilih prodi tersebut.	0.672	Valid
31.	kk24	Saya memilih prodi akuntansi karena lingkungan saya menganggap jurusan akuntansi lebih bergengsi dibanding prodi yang lain.	0.702	Valid
32.	lk25	Lowongan pekerjaan bagi lulusan prodi akuntansi sangat banyak berdasarkan informasi yang saya peroleh dari internet, koran, dll.	0.761	Valid
33.	m26	Program studi akuntansi menjalin kerjasama dengan pihak luar yang mempermudah mahasiswa melakukan penelitian akademik	0.866	Valid
34.	m27	Proses pembelajaran prodi akuntansi tidak berfokus pada dosen sebagai pusat ilmu pengetahuan tetapi mahasiswa juga dimotivasi untuk aktif mengembangkan diri	0.901	Valid
35.	lk 28 ^a	Prodi akuntansi USD menjalin kerjasama dengan berbagai perusahaan dalam negeri yang memberikan kesempatan lulusan USD dapat langsung bekerja.	0.748	Valid
36.	lk 28b	Prodi akuntansi USD menjalin kerjasama dengan berbagai perusahaan luar negeri yang memungkinkan para lulusan dapat langsung bekerja	0.617	Valid

Tabel V.10
Uji Validitas Variabel Pertanyaan (Lanjutan)

No	Variabel	Variabel Manifes	Bobot	Ket
37.	lk29	Jurusan prodi akuntansi lebih banyak dibutuhkan dibandingkan jurusan dari fakultas yang sejenis.	0.707	Valid
38.	lk30	Karier dan masa depan lulusan akuntansi lebih menjanjikan dibanding lulusan dari prodi yang lain.	0.580	Valid

Sumber:Penelitian 2006

Dari hasil pengolahan analisis faktor, seluruh pertanyaan memiliki nilai *factor loading* lebih besar dari 0.4. Ini berarti seluruh pertanyaan dalam kuisioner adalah valid.

4. Pengujian Reliabilitas

Instrumen dikatakan reliabel bila *cronbach alphanya* memiliki nilai lebih besar dari 0.50 (Gunawan 2004 : 43). Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *alpha* cukup besar untuk masing-masing variabel, maka seluruh pertanyaan yang diuji dikatakan reliabel, secara rinci hasil pengujian reliabilitas ditunjukkan dalam tabel berikut ini:

Tabel V.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha
Citra jurusan akuntansi USD (C)	0.945
Minat terhadap jurusan akuntansi USD (M)	0.954
Keputusan Kolektif (KK)	0.796
Lapangan Kerja (LK)	0.741

Sumber:Hasil Penelitian 2006

Besarnya nilai koefisien *Cronbach Alpha* dari kuisioner >0.5 menunjukkan bahwa isi kuisioner yang digunakan memiliki tingkat ketepatan,

kesesuaian dan homogenitas yang memadai untuk menjaga mutu hasil penelitian.

5. Analisis Faktor

Tahap-tahap yang perlu diperhatikan dalam analisis faktor:

a. Pada tabel *KMO and Barlett's Test*

Angka *KMO measure of sampling adequacy* > 0.5 yaitu sebesar 0.841 dan *Barletts Test Sphericity* dengan *Approx chi-square* pada signifikansi < 0.05 yaitu sebesar 0.000 maka kumpulan tersebut dianggap sampelnya sudah mencukupi dan dapat diproses lebih lanjut menggunakan analisis faktor.

b. Pada tabel *total variance explained*

Faktor yang terbentuk harus memiliki nilai *eigenvalue* ≥ 1 . Dari ke 38 variabel yang dianalisis ternyata hasil ekstraksi komputer menjadi 4 faktor. Faktor 1 dapat menjelaskan 25.04% variasi, Faktor 2 dapat menjelaskan 21.13% variasi, Faktor 3 dapat menjelaskan 7.61% variasi, Faktor 4 dapat menjelaskan 6.49% variasi, faktor 5 dapat menjelaskan 3.46% variasi dan faktor 6 dapat menjelaskan 2.79% variasi atau keenam faktor keseluruhan mampu menjelaskan 66.55% variasi. Sedangkan sisanya sebesar 33.5 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model ini seperti yang ditunjukkan pada tabel V.12.

Tabel V.12
Hasil Ekstraksi *Common Factors*

Faktor	Eigenvalue	Percent of Variance	Cumulative Percent of Variance
1	9.518	25.047	25.047
2	8.031	21.135	46.182
3	2.892	7.610	53.791
4	2.469	6.498	60.289
5	1.318	3.467	63.756
6	1.063	2.797	66.553

Sumber: Hasil Pengolahan data dengan bantuan SPSS

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel V.8 dapat disimpulkan bahwa minat responden secara umum terhadap pendidikan tinggi akuntansi USD dipengaruhi oleh 4 faktor setelah dilakukan rotasi.

c. **Pada tabel *component matrix***

Tabel *component matrix* digunakan untuk mendistribusikan variabel-variabel yang telah diekstrak ke dalam faktor yang telah terbentuk berdasarkan *factor loading*-nya.

Variabel dimasukkan dalam faktor yang memiliki *factor loading* terbesar. *Factor loading* menunjukkan tingkat keeratan suatu variabel terhadap variabel yang terbentuk. Semakin besar nilai *factor loading*-nya, maka semakin nyata variabel tersebut dapat dimasukkan dalam salah satu faktor, begitu pula sebaliknya.

Dalam beberapa hal dapat ditemukan suatu keadaan bahwa suatu variabel memiliki tingkat keeratan yang relatif sama dengan beberapa faktor yang terbentuk, sehingga perlu dilakukan rotasi.

Bila dilihat hasil pengolahan data pada lampiran tabel V.13 *component matrix* ditunjukkan bahwa faktor yang terbentuk sebanyak

5 faktor. Proses ini belum *final* karena masih akan diuji lagi pada tahap *rotated component matrix* apakah variabel yang membentuk faktor-faktor tersebut masih bisa dipecah/dipisahkan lagi menjadi variabel laten yang lebih baik.

Tabel V.13
Tabel *Component Matrix*

Item	Component					
	1	2	3	4	5	6
1	.754					
2a		.815				
2b		.809				
3		.761				
4		.778				
5a		.832				
5b		.853				
6		.764				
7		.638				
8a		.657				
8b		.653				
9	.694					
10a	.761					
10b	.851					
11	.750					
12a	.654					
12b	.670					
13	.663					
14	.732					
15a		.770				
15b		.852				
16		.851				
17	.673					
18a	.880					
18b	.870					
19	.878					
20			.662			
21			.626	.403		
22			.688			
23			.632			
24			.565			
25			-.418	.626		
26	.878					
27	.896					
28a				.615		
28b				.502		
29				.614		
30				.590		-.414

Sumber: Hasil Pengolahan data dengan bantuan SPSS

d. **Pada tabel *rotated component matrix***

Rotated component matrix menunjukkan distribusi variabel-variabel yang telah diekstrak ke dalam faktor yang telah terbentuk

berdasarkan *factor loading*-nya setelah dilakukan proses rotasi. Nilai *factor loading* dimungkinkan berubah setelah mengalami rotasi.

Variabel yang memiliki *factor loading* < 0.4 dianggap memiliki kontribusi yang lemah terhadap faktor yang terbentuk sehingga harus direduksi dari faktor yang dibentuknya. Setelah dilakukan proses rotasi, faktor yang tadinya berjumlah 6 faktor menjadi 4 faktor.

Faktor-faktor tersebut dikelompokkan, langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah pemberian nama faktor. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel-variabel yang membentuk faktor-faktor tersebut teratur berdasarkan variabel-variabel penelitiannya maka dalam pemberian nama faktor, peneliti melakukan pemberian nama faktor yang mewakili nama-nama variabel yang membentuk faktor tersebut. Penjabaran mengenai faktor-faktor tersebut dapat dilihat pada penjelasan di bawah ini:

1). Faktor 1 : Minat

Faktor ini pada awalnya dibentuk oleh 15 variabel manifes yaitu m1, m12a, m17, m12b, m9, m14, m11, m1, m10a, m10b, m26, m18a, m18b, m19, dan m27. Berdasarkan proses rotasi faktor variabel-variabel ini dimasukkan dalam pembentukan faktor 1. Variabel-variabel pembentuk faktor 1 dapat dilihat pada tabel *rotated component matrix*. Berdasarkan analisis faktor, pertanyaan yang mampu mengungkap faktor 1 dapat dilihat pada tabel V.14.

Tabel V.14
Faktor 1 untuk Mahasiswa Akuntansi

No	Variabel	Variabel Manifes	Bobot
1.	m13	Adanya beasiswa bagi mahasiswa jurusan prodi akuntansi yang berprestasi.	0.652
2.	m12a	Program studi akuntansi sering mengadakan forum-forum ilmiah mengenai topik-topik akuntansi terbaru.	0.656
3.	m17	Adanya lembaga yang membantu dan membimbing mahasiswa akuntansi dalam pemecahan masalah akademik maupun non akademik.	0.680
4.	m12b	Prodi akuntansi sering mengadakan forum-forum ilmiah yang berhubungan dengan bidang kajian di luar ilmu akuntansi.	0.681
5.	m9	Fasilitas yang mendukung kegiatan belajar mengajar mahasiswa akuntansi.	0.710
6.	m14	Kuliah Kerja Nyata (KKN) prodi akuntansi jangka waktunya lebih singkat.	0.754
7.	m11	Tidak perlu ikut ujian Negara.	0.755
8.	m1	Status akreditasi program studi akuntansi USD.	0.769
9.	m10a	Program studi akuntansi senantiasa melakukan penelitian dalam rangka untuk memajukan prodi akuntansi.	0.780
10.	m10b	Prodi akuntansi senantiasa melakukan pengembangan dalam rangka peningkatan kualitas pendidikan prodi akuntansi.	0.848
11.	m26	Program studi akuntansi menjalin kerjasama dengan pihak luar yang mempermudah mahasiswa melakukan penelitian akademik.	0.866
12.	m18a	Adanya pertukaran antar mahasiswa akuntansi USD dengan mahasiswa dari perguruan tinggi dalam negeri	0.869
13.	m18b	Adanya pertukaran antar mahasiswa akuntansi USD dengan mahasiswa dari perguruan tinggi luar negeri.	0.870
14.	m19	Banyaknya lulusan akuntansi USD yang memiliki tingkat penghasilan yang cenderung tinggi.	0.875
15.	m27	Proses pembelajaran prodi akuntansi tidak berfokus pada dosen sebagai pusat ilmu pengetahuan tetapi mahasiswa juga dimotivasi untuk aktif mengembangkan diri	0.901

Sumber:Hasil Penelitian 2006

Dengan melihat variabel-variabel manifes yang membentuk faktor 1 seperti ditunjukkan pada tabel V.14, maka faktor 1 ini dinamakan faktor **minat**.

2). Faktor 2 : Citra

Faktor ini pada awalnya dibentuk oleh 13 variabel manifes yaitu c7, c15b, c8a, c3, c6, c15a, c4, c2b, c2a, c5a, c5b, c15b dan c16. Variabel-variabel pembentuk faktor 2 dapat dilihat pada tabel *rotated component matrix*. Berdasarkan proses rotasi faktor variabel-variabel ini dimasukkan dalam pembentukan faktor 2.

Tabel V.15
Faktor 2 untuk Mahasiswa Akuntansi

No	Variabel	Variabel Manifes	Bobot
1.	c7	Sistem pengajaran di Prodi akuntansi membentuk sikap kedisiplinan.	0.641
2.	c8b	Dosen bersedia meluangkan waktu untuk membantu permasalahan mahasiswa.	0.659
3.	c8a	Hubungan kekeluargaan dosen dan mahasiswa akuntansi terjalin dengan akrab.	0.674
4.	c3	Tenaga pengajar (dosen) akuntansi USD yang berkualitas dan profesional.	0.764
5.	c6	Prodi akuntansi USD menciptakan budaya sehat	0.766
6.	c15a	Kurikulum pembelajaran prodi akuntansi sangat luas	0.775
7.	c4	Kualitas dan kuantitas dosen tetap prodi akuntansi.	0.781
8.	c2b	Metode pengajaran prodi akuntansi bervariasi mempercepat pemahaman mahasiswa terhadap ilmu pengetahuan yang diajarkan oleh dosen.	0.811
9.	c2a	Proses pembelajaran di prodi akuntansi memudahkan dan membantu mahasiswa untuk cepat lulus.	0.817
10.	c5a	Prodi akuntansi USD tidak hanya mengunggulkan kualitas akademik.	0.833
11.	c5b	Prodi Akuntansi USD menjunjung tinggi nilai-nilai humanis.	0.861
12.	c15b	Kurikulum pembelajaran akuntansi, relevan dengan kebutuhan dunia kerja.	0.856
13.	c16	Hubungan antar mahasiswa prodi akuntansi yang tidak individualis.	0.861

Sumber:Hasil Penelitian 2006

Dengan melihat variabel-variabel manifes yang membentuk faktor 2, maka faktor ini dinamakan faktor **citra**. Berdasarkan

analisis faktor, pertanyaan yang mampu mengungkap faktor 2 seperti ditunjukkan pada tabel V.15.

3). Faktor 3 : Lapangan Kerja

Faktor ini pada awalnya dibentuk oleh 5 variabel manifes yaitu lk30, lk 28b, lk29, lk28a, dan lk25. Variabel-variabel pembentuk faktor 3 dapat dilihat pada tabel *rotated component matrix*. Berdasarkan proses rotasi faktor variabel-variabel ini dimasukkan dalam pembentukan faktor 3. Dengan melihat variabel-variabel manifes yang membentuk faktor 3, maka faktor ini dinamakan faktor **lapangan kerja**. Berdasarkan analisis faktor, pertanyaan yang mampu mengungkap faktor 3 dapat dilihat pada tabel V.16.

Tabel V.16
Faktor 3 untuk Mahasiswa Akuntansi

No	Variabel	Variabel Manifes	Bobot
1.	lk30	Karier dan masa depan lulusan akuntansi lebih menjanjikan dibanding lulusan dari prodi yang lain.	0.580
2.	lk28b	Prodi akuntansi USD menjalin kerjasama dengan berbagai perusahaan luar negeri yang memungkinkan para lulusan dapat langsung bekerja.	0.617
3.	lk29	Jurusan prodi akuntansi lebih banyak dibutuhkan dibandingkan jurusan dari fakultas yang sejenis.	0.707
4.	lk28a	Prodi akuntansi USD menjalin kerjasama dengan berbagai perusahaan dalam negeri yang memberikan kesempatan lulusan USD dapat langsung bekerja.	0.748
5.	lk25	Lowongan pekerjaan bagi lulusan prodi akuntansi sangat banyak berdasarkan informasi yang saya peroleh dari internet, koran, dll.	0.761

Sumber:Hasil Penelitian 2006

4). Faktor 4 : Keputusan Kolektif

Faktor ini pada awalnya dibentuk oleh 5 variabel manifes yaitu kk23, kk24, kk22, kk20, kk21. Variabel-variabel pembentuk faktor 4 dapat dilihat pada tabel *rotated component matrix*. Berdasarkan proses rotasi faktor variabel-variabel ini dimasukkan dalam pembentukan faktor 4. Kelima variabel tersebut dapat dilihat pada tabel V.17.

Tabel V.17
Faktor 4 untuk Mahasiswa Akuntansi

No	Variabel	Variabel Manifes	Bobot
1.	kk23	Saya memilih prodi akuntansi karena lingkungan dimana saya tinggal / bersosialisasi banyak yang memilih prodi tersebut.	0.672
2.	kk24	Saya memilih prodi akuntansi karena lingkungan saya menganggap jurusan akuntansi lebih bergengsi dibanding prodi yang lain.	0.702
3.	kk22	Saya memilih prodi akuntansi karena ajakan saudara / orang terdekat.	0.747
4.	kk20	Saya memilih prodi akuntansi karena saran dari guru SMU.	0.754
5.	kk21	Saya memilih prodi akuntansi karena keinginan orang tua.	0.766

Sumber: Hasil Penelitian 2006

Dengan melihat variabel-variabel manifes yang membentuk faktor 4 seperti yang ditunjukkan pada tabel V.17, maka faktor ini dinamakan faktor **keputusan kolektif**.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis faktor diketahui bahwa kuisioner yang ada dinyatakan *valid* yang berarti alat ukur yang dikembangkan dapat mengukur data dengan benar.
2. Analisis faktor mampu mengelompokkan faktor berdasarkan variabel penelitiannya yaitu citra, minat, keputusan kolektif dan lapangan pekerjaan.
3. Berdasarkan metode analisis faktor terdapat 4 faktor yang mempengaruhi keputusan peminat dalam memilih Jurusan Akuntansi USD yaitu faktor citra, minat, keputusan kolektif dan lapangan kerja.
4. Peminat Jurusan Akuntansi USD angkatan 2006 terbanyak berasal dari daerah Yogyakarta, jenis kelamin perempuan, dan lulusan dengan status pelajar SMU swasta non katolik.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian hanya meneliti responden yang sudah diterima menjadi mahasiswa baru jurusan akuntansi USD angkatan 2006.
2. Instrumen yang digunakan berupa persepsi jawaban responden. Hal ini akan menimbulkan masalah jika persepsi responden berbeda dengan keadaan sesungguhnya. Penelitian ini hanya menerapkan metode

survei/melalui kuesioner. Peneliti tidak melakukan wawancara sehingga simpulan yang diambil hanya berdasarkan pada data yang dikumpulkan melalui penggunaan instrumen secara tertulis.

3. Keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis maka penulis hanya dapat memberikan 38 item pertanyaan yang menjawab empat faktor sehingga masih kurang mencerminkan adanya variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen memilih Jurusan Akuntansi USD.
4. Penelitian ini hanya meneliti empat faktor yang mempengaruhi keputusan peminat untuk memilih Jurusan Akuntansi yaitu citra, minat, keputusan kolektif dan lapangan kerja. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas lagi faktor yang diteliti tidak hanya empat faktor tetapi lebih sehingga dapat diketahui faktor mana yang paling dominan dan bagaimana pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan konsumen memilih Jurusan Akuntansi USD.

C. Saran

1. Peneliti hanya meneliti empat faktor yang mempengaruhi keputusan peminat untuk memilih Jurusan Akuntansi USD. Untuk penelitian yang akan datang dapat mencari faktor-faktor lain.
2. Peneliti hanya meneliti responden yang sudah diterima menjadi mahasiswa Jurusan Akuntansi angkatan 2006. Untuk penelitian yang akan datang responden dapat diperluas pada calon mahasiswa jurusan akuntansi yang

mendaftar di Universitas Sanata Dharma baik pada gelombang 1 maupun gelombang 2.

3. Prodi akuntansi perlu memperluas kerjasama dengan perusahaan dalam menyediakan lowongan pekerjaan bagi para lulusan Jurusan Akuntansi USD. Sehingga diharapkan dapat mempengaruhi keputusan peminat untuk memilih jurusan akuntansi USD.
4. Universitas USD khususnya humas USD perlu melakukan promosi lebih luas lagi untuk memperkenalkan produk jasa USD pada masyarakat umum, sehingga ke depannya jumlah peminat akan semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, 2002. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994, *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994, *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Ferrel, Pride, 1995. *Pemasaran:Teori dan Praktek sehari-hari*. PT. Binarupa Aksara. Jakarta Barat.
- Ghozali, Imam, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gunawan, Yuliana, 2004. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Peminat untuk Memilih Jurusan Akuntansi Universitas Kristen Maranatha Bandung. *Jurnal Ilmiah*. Jurusan Akuntansi Universitas Kristen Maranatha. Bandung.
- Handayani, Dyah, 2006. Analisis Citra Perguruan Tinggi dan Pengaruhnya terhadap Pengambilan Keputusan Studi Calon Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, hal Vol 14 No 1 Januari 2006, hal 101-112. Jakarta.
- Henry, Assael, 1992, *Consumer Behavior and Marketing Action*. PWSKENT Publishing Company.
- Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Mangkunegara, Anwar, 1988. *Perilaku Konsumen*. PT.Eresco. Bandung.
- Raihan, 2004. Identifikasi Variabel-Variabel Dominan yang Mempengaruhi Konsumen dalam Memilih Ban dengan Metode Analisis Faktor. *Jurnal Teknologi Industri*, Vol.IV No. 1 Januari-Juni 2004. Jakarta.
- Rinahayu, 2001. Identifikasi Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Minat Pasar terhadap Pendidikan Tinggi Grafika dengan Metode Analisis Faktor. *Skripsi Fakultas Teknik Industri Jurusan Teknik Industri Universitas Indonesia*. Jakarta.
- Risdwiyanto, Andriya dan Dharmmesta, Swastha. 2001. Pengembangan Konsep Jasa Pendidikan Tinggi Berbasis Keinginan Konsumen Potensial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol 16, No 4, Hal 401-420. Yogyakarta.

- Sartina, Hun, 2003. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Terhadap Jasa Wartel. *Skripsi* Jurusan Manajemen Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.
- Setiadi, Nugroho, 2003, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media. Bogor.
- Suliyanto, 2005. *Analisis Data dalam Analisis Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Suryadna, Meiry, 2006. Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Memilih PTS dan Program Studi dengan Metode Analisis Faktor. *Skripsi* Jurusan Teknik Industri. Universitas Atmajaya. Yogyakarta.
- Umar, Husein, 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Umar, Husein, 2003. *Metode Riset Konsumen Jasa*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Utami, Ratih, 2005. Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen. *Skripsi* Jurusan Manajemen Sanata Dharma. Yogyakarta.
- Wibowo, Sutrisno, 2001. Faktor-Faktor Marketing Mix yang Dipertimbangkan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.9 No 1 Januari 2004, hal 51-59. Jakarta.
- Wijayanti, Rika, 2004. Analisis Perilaku Konsumen Air Mineral Aqua Galon di Kotamadya Yogyakarta. *Skripsi* Jurusan Manajemen Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.

www.pts.co.id

Yth.

Ibu M.T.Ernawati.,S.E.,M.A

Di tempat

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sovia

NIM : 022114125

Jurusan : Akuntansi

Saat ini sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir saya yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Peminat untuk Memilih Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta”**.

Berkaitan dengan judul penelitian tersebut, saya harap kesedian Bapak/Ibu meluangkan sedikit waktu kuliah untuk pengisian kuisisioner bagi mahasiswa angkatan 2006. Atas bantuan dan perhatian yang Ibu berikan saya ucapkan terima kasih.

Mengetahui,

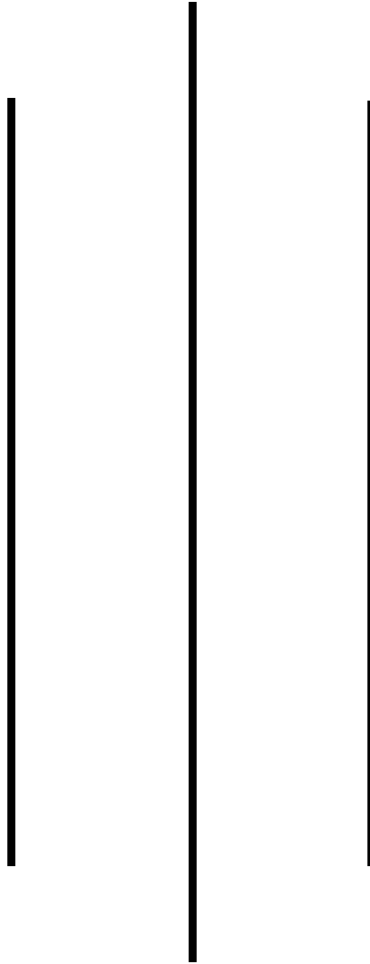
Yogyakarta, - -

Hormat saya,

Ir. Drs. Hansiadi Yuli. H. Akt., M. Si

Sovia

KUISIONER
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMINAT UNTUK MEMILIH JURUSAN AKUNTANSI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA



Yth. Mahasiswa/i Universitas Sanata Dharma
Angkatan 2006

Dengan hormat,

Saya mahasiswa jurusan akuntansi Sanata Dharma sedang melakukan penelitian dengan judul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Peminat untuk Memilih Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta". Berkaitan dengan judul penelitian tersebut, saya sangat mengharapkan bantuan Saudara/Saudari untuk mengisi kuisioner ini.

Mohon dijawab dengan jujur, terbuka dan apa adanya, sesuai dengan kondisi Saudara/Saudari. Demi kenyamanan Saudara/Saudari, semua jawaban akan saya rahasiakan dan saya akan bertanggungjawab bila suatu hari data Saudara/Saudari ditemukan berada di pihak lain. Setiap jawaban Saudara/Saudari tidak akan membawa dampak apapun karena pada dasarnya data yang diperoleh hanya untuk penelitian.

Akhir kata, atas kerjasamanya saya mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, Oktober 2006

Hormat saya,

Peneliti

**KUISIONER ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMINAT UNTUK MEMILIH JURUSAN AKUNTANSI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA**

Kuisisioner Bagian I

Pada bagian ini, anda diminta menjawab beberapa pertanyaan umum mengenai identitas anda. Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda saat ini.

1. Jenis Kelamin:

a. Pria

b. Wanita

2. Status pelajar:

a. Pelajar SMU Negeri

b. Pelajar SMU Katolik

c. Pelajar SMU non Katolik

3. Nama dan lokasi sekolah:

.....

.....(sebutkan)

4. Daerah Asal:

Alamat:.....

Nama kota:.....

Provinsi:.....

Kuisisioner bagian II

Pada bagian ini anda diminta menjawab beberapa pertanyaan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan proses sebelum anda memutuskan untuk menempuh pendidikan di jurusan akuntansi Universitas Sanata Dharma.

1. Bagaimana tingkat keputusan anda dalam pemilihan jurusan akuntansi Sanata Dharma?
 - a. Satu-satunya pilihan
 - b. Pilihan pertama dari pilihan yang lain
 - c. Pilihan terakhir dari pilihan yang lain
2. Berkaitan dengan jawaban no 1 bila anda menjawab c, program studi peminatan apa yang sebenarnya ingin anda pilih:.....(sebutkan nama prodi dan universitasnya)
3. Apakah pada waktu diterima di USD, Anda juga diterima di perguruan tinggi lain?
 - a. Tidak
 - b. Ya, satu Perguruan Tinggi lain
 - c. Ya, dua Perguruan Tinggi lain
 - d. Ya, lebih dari dua Perguruan Tinggi lain

Kuisisioner bagian III

Pada bagian ini, anda diminta memberi jawaban yang berhubungan dengan pertimbangan-pertimbangan yang mempengaruhi keputusan anda dalam memilih program studi akuntansi Universitas Sanata Darma. Berilah tanda silang (\checkmark) pada jawaban yang menurut anda paling sesuai pada kolom-kolom yang sudah disediakan.

Sangat Tidak Setuju : **STJ**

Tidak Setuju : **TS**

Tidak Berpendapat : **TB**

Setuju : **S**

Sangat Setuju : **SS**

No	Pertimbangan yang berpengaruh terhadap pilihan peminat terhadap program studi akuntansi USD	Pertimbangan tersebut dikategorikan				
		1 STJ	2 TS	3 TB	4 S	5 SS
1	Status akreditasi program studi akuntansi USD.					
2	a. Proses pembelajaran di prodi akuntansi memudahkan dan membantu mahasiswa untuk cepat lulus. b. Metode pengajaran prodi akuntansi bervariasi (presentasi, studi kasus, dll) mempercepat pemahaman mahasiswa terhadap ilmu pengetahuan yang diajarkan oleh dosen.					
3	Tenaga pengajar (dosen) akuntansi USD yang berkualitas dan profesional.					
4	Kualitas dan kuantitas dosen tetap prodi akuntansi.					
5	a. Prodi akuntansi USD tidak hanya mengunggulkan kualitas akademik. b. Prodi Akuntansi USD menjunjung tinggi nilai-nilai humanis.					
6	Prodi akuntansi USD menciptakan budaya sehat (bebas rokok, narkoba, pornografi, dst)					
7	Sistem pengajaran di Prodi akuntansi membentuk sikap kedisiplinan.					
8	a. Hubungan kekeluargaan dosen dan mahasiswa akuntansi terjalin dengan akrab. b. Dosen bersedia meluangkan waktu untuk membantu permasalahan mahasiswa.					
9	Fasilitas yang mendukung kegiatan belajar mengajar mahasiswa akuntansi seperti laboratorium, dll.					
10	a. Program studi akuntansi					

	<p>senantiasa melakukan penelitian dalam rangka untuk memajukan prodi akuntansi.</p> <p>b. Prodi akuntansi senantiasa melakukan pengembangan dalam rangka peningkatan kualitas pendidikan prodi akuntansi.</p>					
11	Tidak perlu ikut ujian Negara.					
12	<p>a. Program studi akuntansi sering mengadakan forum-forum ilmiah (seminar, workshop, kuliah dari dosen tamu, dll) mengenai topik-topik akuntansi terbaru.</p> <p>b. Prodi akuntansi sering mengadakan forum-forum ilmiah (seminar, workshop, kuliah dari dosen tamu, dll) yang berhubungan dengan bidang kajian di luar ilmu akuntansi (teknologi informasi, dll)</p>					
13	Adanya beasiswa bagi mahasiswa jurusan prodi akuntansi yang berprestasi.					
14	Kuliah Kerja Nyata (KKN) prodi akuntansi jangka waktunya lebih singkat.					
15	<p>a. Kurikulum pembelajaran prodi akuntansi sangat luas</p> <p>b. Kurikulum pembelajaran akuntansi, relevan dengan kebutuhan dunia kerja.</p>					
16	Hubungan antar mahasiswa prodi akuntansi yang tidak individualis.					
17	Adanya lembaga yang membantu dan membimbing mahasiswa akuntansi dalam pemecahan masalah akademik maupun non akademik.					
18	a. Adanya pertukaran antar mahasiswa akuntansi USD dengan mahasiswa dari perguruan tinggi dalam					

	negeri. b. Adanya pertukaran antar mahasiswa akuntansi USD dengan mahasiswa dari perguruan tinggi luar negeri.					
19	Banyaknya lulusan akuntansi USD yang memiliki tingkat penghasilan yang cenderung tinggi.					
20	Saya memilih prodi akuntansi karena saran dari guru SMU.					
21	Saya memilih prodi akuntansi karena keinginan orang tua.					
22	Saya memilih prodi akuntansi karena ajakan saudara / orang terdekat.					
23	Saya memilih prodi akuntansi karena lingkungan dimana saya tinggal / bersosialisasi banyak yang memilih prodi tersebut.					
24	Saya memilih prodi akuntansi karena lingkungan saya menganggap jurusan akuntansi lebih bergengsi dibanding prodi yang lain.					
25	Lowongan pekerjaan bagi lulusan prodi akuntansi sangat banyak berdasarkan informasi yang saya peroleh dari internet, koran, dll.					
26	Program studi akuntansi menjalin kerjasama dengan pihak luar yang mempermudah mahasiswa melakukan penelitian akademik.					
27	Proses pembelajaran prodi akuntansi tidak berfokus pada dosen sebagai pusat ilmu pengetahuan tetapi mahasiswa juga dimotivasi untuk aktif mengembangkan diri.					
28	a. Prodi akuntansi USD menjalin kerjasama dengan berbagai perusahaan dalam negeri yang memberikan kesempatan lulusan USD dapat langsung bekerja.					

	b. Prodi akuntansi USD menjalin kerjasama dengan berbagai perusahaan luar negeri yang memungkinkan para lulusan dapat langsung bekerja.					
29	Jurusan prodi akuntansi lebih banyak dibutuhkan dibandingkan jurusan dari fakultas yang sejenis.					
30	Karier dan masa depan lulusan akuntansi lebih menjanjikan dibanding lulusan dari prodi yang lain.					

	Lainnya	(Mohon diisi jika ada masukan lain)				
1						
2						

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.841
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4308.954
	df	703
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
item.1	1.000	.628
item.2a	1.000	.852
item.2b	1.000	.839
item.3	1.000	.723
item.4	1.000	.637
item.5a	1.000	.761
item.5b	1.000	.824
item.6	1.000	.619
item.7	1.000	.549
item.8a	1.000	.681
item.8b	1.000	.549
item.9	1.000	.578
item.10a	1.000	.639
item.10b	1.000	.735
item.11	1.000	.610
item.12a	1.000	.590
item.12b	1.000	.584
item.13	1.000	.502
item.14	1.000	.599
item.15a	1.000	.644
item.15b	1.000	.792
item.16	1.000	.814
item.17	1.000	.615
item.18a	1.000	.786
item.18b	1.000	.772
item.19	1.000	.785
item.20	1.000	.676
item.21	1.000	.687
item.22	1.000	.593
item.23	1.000	.649
item.24	1.000	.534
item.25	1.000	.590
item.26	1.000	.785
item.27	1.000	.819
item.28a	1.000	.591
item.28b	1.000	.434
item.29	1.000	.553
item.30	1.000	.671

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	9.518	25.047	25.047	9.518	25.047	25.047	9.320	24.526	24.526
2	8.031	21.135	46.182	8.031	21.135	46.182	8.036	21.146	45.672
3	2.892	7.610	53.791	2.892	7.610	53.791	2.921	7.686	53.358
4	2.469	6.498	60.289	2.469	6.498	60.289	2.554	6.721	60.080
5	1.318	3.467	63.756	1.318	3.467	63.756	1.317	3.465	63.545
6	1.063	2.797	66.553	1.063	2.797	66.553	1.143	3.008	66.553
7	.981	2.581	69.134						
8	.919	2.417	71.551						
9	.849	2.233	73.785						
10	.820	2.158	75.942						
11	.793	2.088	78.031						
12	.690	1.815	79.845						
13	.632	1.664	81.509						
14	.585	1.540	83.049						
15	.567	1.492	84.541						
16	.557	1.467	86.008						
17	.531	1.398	87.405						
18	.484	1.274	88.679						
19	.441	1.160	89.840						
20	.422	1.110	90.949						
21	.389	1.024	91.973						
22	.378	.995	92.969						
23	.361	.949	93.918						
24	.320	.842	94.759						
25	.314	.826	95.585						
26	.261	.687	96.272						
27	.230	.605	96.878						
28	.214	.562	97.440						
29	.206	.541	97.981						
30	.171	.451	98.432						
31	.158	.416	98.849						
32	.138	.362	99.211						
33	.115	.302	99.513						
34	.105	.275	99.788						
35	.060	.157	99.945						
36	.010	.026	99.972						
37	.008	.022	99.993						
38	.003	.007	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
item.1	.754					
item.2a		.815				
item.2b		.809				
item.3		.761				
item.4		.778				
item.5a		.832				
item.5b		.853				
item.6		.764				
item.7		.638				
item.8a		.657				
item.8b		.653				
item.9	.694					
item.10a	.761					
item.10b	.851					
item.11	.750					
item.12a	.654					
item.12b	.670					
item.13	.663					
item.14	.732					
item.15a		.770				
item.15b		.852				
item.16		.851				
item.17	.673					
item.18a	.880					
item.18b	.870					
item.19	.878					
item.20			.662			
item.21			.626	.403		
item.22			.688			
item.23			.632			
item.24			.565			
item.25			-.418	.626		
item.26	.878					
item.27	.896					
item.28a			-.446	.615		
item.28b				.502		
item.29				.614		
item.30				.590		-.414

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 6 components extracted.

Rotated Component Matrix

	Component					
	1	2	3	4	5	6
item.1	.769					
item.2a		.817				
item.2b		.811				
item.3		.764				
item.4		.781				
item.5a		.833				
item.5b		.861				
item.6		.766				
item.7		.641				
item.8a		.674			.416	
item.8b		.659				
item.9	.710					
item.10a	.780					
item.10b	.848					
item.11	.755					
item.12a	.656					
item.12b	.681					
item.13	.652					
item.14	.754					
item.15a		.775				
item.15b		.856				
item.16		.861				
item.17	.680					
item.18a	.869					
item.18b	.870					
item.19	.875					
item.20			.754			
item.21			.766			
item.22			.747			
item.23			.672			
item.24			.702			
Item.25				.761		
item.26	.866					
item.27	.901					
item.28a				.748		
item.28b				.617		
item.29				.707		
item.30				.580		.571

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5	6
1	.982	.100	-.132	.087	.013	.037
2	-.095	.994	.048	.008	-.020	-.007
3	.163	-.022	.864	-.466	.040	-.086
4	-.014	-.031	.483	.856	-.064	.171
5	-.026	.019	-.002	.029	.973	.227
6	.016	-.003	.003	.206	.217	-.954

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	13

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
item.2a	3.74	1.062	125
item.2b	3.75	1.052	125
item.3	3.78	1.021	125
item.4	3.81	1.068	125
item.5a	3.72	1.067	125
item.5b	3.77	1.041	125
item.6	3.74	1.079	125
item.7	3.87	1.047	125
item.8a	3.90	1.081	125
item.8b	3.74	1.086	125
item.15a	3.78	1.091	125
item.15b	3.73	1.050	125
item.16	3.78	1.046	125

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.954	15

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
item.1	3.73	1.073	125
item.9	3.75	1.097	125
item.10a	3.72	1.067	125
item.10b	3.77	1.041	125
item.11	3.74	1.079	125
item.12a	3.87	1.047	125
item.12b	3.94	1.076	125
item.13	3.74	1.086	125
item.14	3.94	1.030	125
item.17	3.82	1.078	125
item.18a	3.96	1.003	125
item.18b	3.89	1.057	125
item.19	3.85	1.048	125
item.26	3.94	1.068	125
item.27	3.79	1.117	125

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.796	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
item.20	3.72	1.067	125
item.21	3.87	1.047	125
item.22	3.74	1.086	125
item.23	3.75	1.097	125
item.24	3.90	1.099	125

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.741	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Item.25	2.41	.583	125
item.28a	2.34	.649	125
item.28b	2.32	.617	125
item.29	2.29	.620	125
item.30	2.36	.614	125