

STUDENTS' DRIVE FACTORS OF INTEREST TO CHOOSE DARMA AGUNG UNIVERSITY AND SEGMENTATION

Runggu Besmandala Napitupulu)* Lamminar Hutabarat)**Sarman Sinaga)***
Lecturers at the Faculty of Economics, Darma Agung University
email : rb.napitupulu@gmail.com

ABSTRACT

The study aims to find out the main factors that encourage students to choose to study at the University of Darma Agung (UDA); To find out the target market for the UDA. Urgency of research is: Additional information for UDA's management in institutional development; References to similar research in the future; Increased research performance of UDA lecturers. Research respondents were 202 new UDA students. The analysis technique used is Cluster Analysis and Exploratory Factor Analysis. Research findings were: The optimal target market profile is served by UDA, namely: Birthplace outside Medan in North Sumatra province; Origin of a high school outside Medan in North Sumatra; The number of family members is above 5 people; Parents work as farmers; Addressing Parents outside Medan in North Sumatra; Hobbies Sports, especially football. The main factors that encourage students to choose UDA include the popularity of the university, increased skills / expertise, student affairs, and university governance

Keywords: *Attributes of Darma Agung University, Main components, Target market profile.*

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

PD-Dikti, 2017, Universitas Darma Agung (UDA) merupakan salah satu dari 282 perguruan tinggi yang aktif di Sumatera Utara. Kotler et.al, 1995:173, Setiap perguruan tinggi menghadapi persaingan. Kompetisi antar PTS yang semakin ketat dalam melayani peserta didik dan stakeholders.

Animo masyarakat untuk kuliah di UDA belum sesuai dengan harapan. Jumlah calon mahasiswa ikut seleksi setiap tahun ajaran masih dibawah rasio ideal. (PSMB-UDA, 2017). BAN -PT, 2011, Rasio ideal penerimaan mahasiswa baru yakni 1:5.

Dalam upaya memberikan informasi tentang keberadaan UDA kepada masyarakat, dilaksanakan promosi. Namun demikian, rumusan dan implementasi program-program promosi UDA kepada masyarakat dirasakan belum tepat sasaran

2. Rumusan Masalah

Melihat fenomena diatas, maka rumusan masalah dalam riset ini, yakni

a. Faktor-faktor utama apakah yang mendorong mahasiswa untuk kuliah di Universitas Darma Agung ?

b. Apakah profil pasar sasaran Universitas Darma Agung sudah relevan

3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, meliputi:

a. Untuk mengetahui faktor-faktor utama yang mendorong mahasiswa memilih kuliah di UDA

b. Untuk mengetahui profil pasar sasaran UDA

4. Urgensi Penelitian

Urgensi penelitian ini terdiri dari:

a. Informasi tambahan bagi pimpinan UDA dalam pengembangan kelembagaan

b. Referensi bagi penelitian sejenis pada masa yang akan datang

c. Meningkatkan kinerja penelitian dosen UDA

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP

1. Tinjauan Pustaka

Grand theory dalam membahas informasi yang dikumpulkan meliputi segmentasi pasar dan perilaku konsumen.

a. Segmentasi Pasar

Kotler & Keller, 2011:46, Segmentasi adalah membagi sebuah pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli dengan keinginan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda-beda. Fred C. Allvine, 1987: 153, Segementasi pasar adalah proses pembagian pasar menjadi dua bagian atau lebih, masing-masing dengan kebutuhan yang unik , dan kemudian mengembangkan produk dan program pemasaran terkait untuk memenuhi kebutuhan satu atau lebih segmen-segmen ini.

Tjiptono, et. al, 2012: 150, Segmentasi pasar dapat diartikan sebagai proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok -kelompok atau segmen- segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan,keinginan,perilaku dan/atau respon terhadap program pemasarn spesifik.

Philip Kotler, 2009: 112, merumuskandasar-dasar untuk membuat segmentasi pasarkonsumen sebagai berikut : Segmentasi Geografis, Segmentasi Demografi, Segmentasi psikografis, dan Segmentasi perilaku.

b. Perilaku Konsumen

Duncan, Tom. 2005:211, Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas

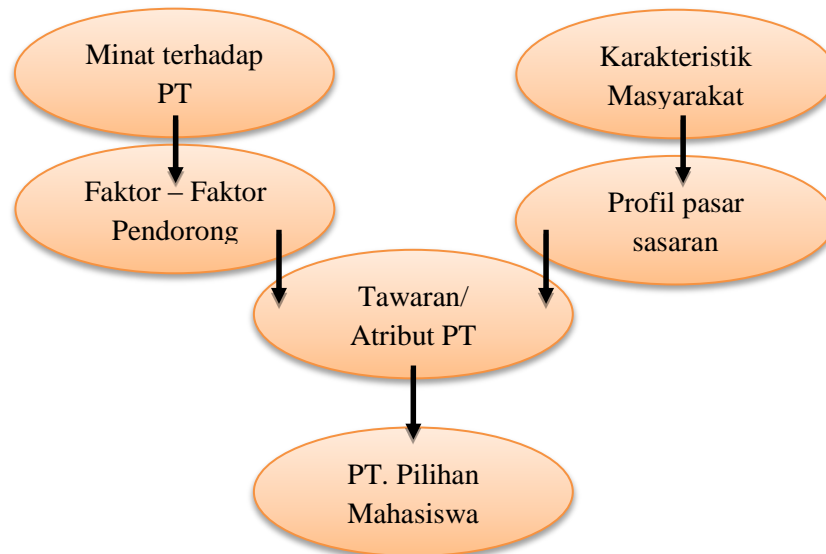
ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasianproduk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Swastha et.al, 2007:69, Perilaku konsumen bisa diartikan sebagai suatu kegiatan-kegiatan individu yg secara langsung terlibat dalam menbisakan serta menggunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penerapan kegiatan.

Phillip Kotler, 2003:202, Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, yakni: Faktor budaya, Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis. Olson,et.al, 2008: 156, Perilaku konsumen perlu dipahami dan dianalisis agar dapat menciptakan strategi pemasaran yang lebih baik.

2. Kerangka Konsep

Masyarakat pada umumnya memiliki minat untuk meningkatkan ketrampilan atau keahlian.Minat yang dimiliki merupakan faktor pendorong untuk mencari perguruan tinggi. Lembaga ini diharapkan dapat memfasilitasi peningkatan jenjang pendidikan sesuai dengan kompetensi masing-masing.



Sumber: Dikembangkan oleh tim peneliti, 2017

Gambar.Kerangka konsep penelitian.

Mereka memiliki karakteristik yang beraneka ragam, mulai dari alamat tempat tinggal, umur, keluarga, hobbi, pekerjaan, pendapatan, dan lain-lain. Ciri-ciri individu terkait dengan perilaku dalam memilih perguruan tinggi. Disisi lain berbagai lembaga pendidikan tinggi menawarkan pelayanan pendidikan tinggi. Universitas Darma Agung memiliki berbagai atribut terkait dengan upaya-upaya pemberian layanan bermutu kepada khalayak.

Kredibilitas universitas yang dicirikan oleh berbagai atributnya akansangat berperan dalam memikat calon-calon mahasiswa baru. Perguruan tinggi yang menarik akan mendorong calon-calon mahasiswa untuk mendaftarkan diri dalam setiap penerimaan mahasiswa. Kerangka pikir tersebut disajikan pada gambar diatas.

METODE PENELITIAN

1. Lokasi dan Waktu Penelitian
Lokasi Penelitian di Universitas Darma Agung beralamat di Jalan DR.TD.Pardede nomor 21 Medan. Waktu pelaksanaan berlangsung dari bulan Agustus 2017 hingga Juli 2018
2. Jenis dan Pengukuran Data
Jenis data yang digunakan yakni ordinal. Ukuran data dengan skala likert berjangkauan 1 - 7.
3. Populasi dan sampel
Populasi penelitian yakni jumlah seluruh mahasiswa (student body) Universitas Darma Agung pada tahun ajaran 2016/2017. Menurut pangkalan data DIKTI sebanyak 5.228 orang.

$$V = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}; i = 1, 2, 3, \dots, n \dots\dots\dots 1$$

Dimana:

V= Centroid pada cluster

Xi = Objek ke-i

n: banyaknya objek/jumlah objek yang menjadi anggota cluster

Untuk menghitung jarak antara objek dengan *centroid* penulis menggunakan *Euclidian Distance*.

$$d(x, y) = \|x - y\| = \sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - y_i)^2}; i = 1, 2, 3 \dots n \dots\dots\dots 2$$

Hair et al. (1998), ukuran sampel yang dibutuhkan untuk data multivariat adalah antara 100-200. Semakin besar responden semakin baik. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 202 orang. Sampel merupakan mahasiswa baru pada Fakultas Ekonomi, Hukum, Teknik, dan Pertanian.

4. Metode Pengumpulan data

Data primer dikumpulkan dengan menyebarkan kuessioner terhadap responden. Distribusi kuessioner dilakukan secara aksidental. Mereka kebetulan bertemu dengan enumerator di fakultas masing-masing diajukan angket untuk diisi. Seluruh atribut UDA diukur dengan 38 indikator. Angket yang dikembangkan mencakup 104 butir pernyataan/pertanyaan. Butir pertanyaan menggali informasi tentang respon atau persepsi mahasiswa terhadap atribut-atribut tersebut.

5. Teknik Analisis Data

a. Teknik Clustering.

Teknik clustering dilakukan untuk pengelompokan responden berdasarkan jawaban mereka. Tanggapan terhadap pernyataan-pernyataan ditabulasi menjadi matrik data input. Secara umum metode *K-Means Cluster Analysis* menggunakan algoritma sebagai berikut (Agusta Y, 2007:126).

Penentuan *centroid* awal dilakukan secara *random/acak* dari objek-objek yang tersedia sebanyak *k cluster*, kemudian untuk menghitung *centroid cluster ke-i* berikutnya, digunakan rumus sebagai berikut :

I_2i = Communaliti ke-i
 ψ_i = keragaman spesifik ke-i

Nilai *loading* menunjukkan korelasi antara faktor umum yang terbentuk dengan variabel asal, semakin besar nilai *loading* maka semakin erat hubungan diantara keduanya.

Penetapan centroid akan terjadi secara acak. Masing -masing responden akan tergerombol sesuai dengan pusat klaster yang terbentuk. Jarak setiap responden terhadap dua centroid yang terbentuk disajikan pada tabel 1

IV. Hasil dan Pembahasan

1. Clustering mengacu tanggapan mahasiswa terhadap atribut UDA

Tabel 1 Jarak cluster 1 dan cluster 2 ke pusat masing-masing cluster

No. Urut	Jarak ke pusat cluster 1			Jarak ke pusat cluster 2		
	No.Resp.	Cluster	Jarak ke pusat cluster	No.Resp.	Cluster	Jarak ke pusat cluster
1	1	1	6.88694	3	2	3.0024
2	2	1	4.47537	4	2	3.92952
3	5	1	7.36988	6	2	3.56168
4	7	1	7.32679	13	2	2.52353
5	8	1	4.42091	15	2	3.23174
6	9	1	3.10595	20	2	5.15495
7	10	1	3.98623	23	2	5.89895
8	11	1	5.02458	24	2	3.31192
9	12	1	6.38795	25	2	5.00853
10	14	1	3.56367	27	2	3.11041
11	16	1	6.0919	30	2	4.86511
12	17	1	3.06421	33	2	2.87139
13	18	1	3.16098	35	2	3.51316
14	19	1	3.93143	39	2	3.02035
15	21	1	6.43307	41	2	2.20689
16	22	1	4.75293	43	2	2.54767
17	26	1	3.33556	44	2	2.24534
18	28	1	2.89827	46	2	2.87031
19	29	1	2.99423	49	2	2.90752
20	31	1	5.1583	50	2	4.16714
21	32	1	4.04192	51	2	3.01853
22	34	1	2.37677	52	2	2.39173
23	36	1	5.18752	53	2	2.83321
24	37	1	5.74368	54	2	3.16251
25	38	1	4.90784	56	2	2.23109
26	40	1	4.712	61	2	4.78923
27	42	1	5.34241	63	2	3.87101
28	45	1	3.93976	64	2	3.47611
29	47	1	3.54097	65	2	2.19283

No. Urut	Jarak ke pusat cluster 1			Jarak ke pusat cluster 2		
	No.Resp.	Cluster	Jarak ke pusat cluster	No.Resp.	Cluster	Jarak ke pusat cluster
30	48	1	3.53505	66	2	1.9891
31	55	1	3.54045	67	2	5.37113
32	57	1	3.43662	69	2	3.3831
33	58	1	3.96127	70	2	3.37392
34	59	1	3.70901	71	2	4.03496
35	60	1	3.18196	72	2	3.33441
36	62	1	3.31861	73	2	3.07382
37	68	1	5.22814	74	2	2.69876
38	76	1	3.18998	75	2	2.19694
39	77	1	4.61177	80	2	4.13198
40	78	1	3.01818	81	2	3.53894
41	79	1	3.23404	82	2	2.79313
42	84	1	2.65294	83	2	2.96406
43	85	1	3.12652	90	2	3.72613
44	86	1	4.03747	92	2	7.41054
45	87	1	4.54894	95	2	4.69441
46	88	1	4.27076	96	2	2.9697
47	89	1	3.39416	98	2	3.42064
48	91	1	2.97737	100	2	2.43782
49	93	1	5.04112	102	2	7.36889
50	94	1	2.61654	104	2	3.51469
51	97	1	3.18055	105	2	2.87851
52	99	1	3.17042	109	2	4.73881
53	101	1	3.93247	110	2	2.71695
54	103	1	6.34906	111	2	5.60725
55	106	1	3.37439	112	2	4.3214
56	107	1	4.50783	113	2	3.92309
57	108	1	4.69065	114	2	3.79817
58	115	1	4.51277	120	2	4.3604
59	116	1	4.33773	122	2	3.06195
60	117	1	4.32169	123	2	4.2199
61	118	1	4.90582	125	2	4.33376
62	119	1	4.73161	127	2	2.79568
63	121	1	5.44041	128	2	3.08451
64	124	1	4.05374	129	2	3.77841
65	126	1	5.86192	130	2	3.29708
66	133	1	5.45874	131	2	2.44275
67	135	1	5.24147	132	2	3.1279
68	136	1	4.60132	134	2	3.89435
69	142	1	5.71563	137	2	2.81771
70	143	1	6.02553	138	2	4.08364

No. Urut	Jarak ke pusat cluster 1			Jarak ke pusat cluster 2		
	No.Resp.	Cluster	Jarak ke pusat cluster	No.Resp.	Cluster	Jarak ke pusat cluster
71	144	1	3.4883	139	2	3.87374
72	145	1	5.40711	140	2	3.80913
73	146	1	5.85058	141	2	3.4504
74	151	1	2.42263	147	2	1.97449
75	153	1	2.1896	148	2	3.18469
76	154	1	3.55346	149	2	2.30562
77	164	1	4.23192	150	2	3.31682
78	167	1	2.33999	152	2	5.44799
79	168	1	2.90866	155	2	3.66866
80	171	1	2.71573	156	2	2.90173
81	173	1	2.57794	157	2	3.6399
82	176	1	3.43252	158	2	3.33713
83	177	1	6.23323	159	2	3.39682
84	180	1	2.94056	160	2	3.37143
85	183	1	4.67024	161	2	3.06136
86	184	1	5.25007	162	2	3.28751
87	185	1	4.69303	163	2	5.33687
88	187	1	2.39623	165	2	5.39342
89	188	1	4.72977	166	2	2.91223
90	189	1	3.72484	169	2	3.49594
91	190	1	3.36273	170	2	2.64504
92	191	1	2.44001	172	2	4.78211
93	192	1	3.24312	174	2	3.65332
94	193	1	2.70146	175	2	3.34679
95	194	1	5.44396	178	2	2.29024
96	195	1	4.24255	179	2	4.12777
97	196	1	2.48573	181	2	4.07639
98	197	1	2.78125	182	2	4.18482
99	198	1	2.4367	186	2	5.1565
100	199	1	2.88376			
101	200	1	4.38038			
102	201	1	3.53048			
103	202	1	5.76126			
Jumlah			426.65647			355.0529
Rerata			4.14230			3.58639

Sumber: Diolah dari data primer, 2018

Pada klaster 1 terdapat 103 responden. Jarak responden terdekat ke pusat klaster ditempati oleh responden 153 dengan jarak 2.1896. Jarak responden terjauh dari pusat

klaster ditempati oleh responden 1 dengan jarak 6.88694. Rata-rata jarak responden terhadap pusat klaster sebesar 4.14

Pada kluster 2 terdapat 99 responden. Jarak terdekat terhadap pusat kluster ditempati oleh responden 147 dengan jarak 1.97449. Jarak terjauh dari pusat kluster berada pada responden 152 dengan jarak 5.44799. Jarak rata-rata responden ke pusat kluster sebesar 3.59. Jika jarak semakin kecil, maka semakin dekat ke

pusat kluster berarti similaritas responden bersangkutan semakin tinggi.

Setiap responden memiliki karakteristik spesifik. Pada sisi lain masing-masing responden tergerombol pada cluster 1 dan cluster 2. Kaitan antara cluster 2 dengan karakteristik masing-masing sampel disajikan pada tabel 2

Tabel 2 Karakteristik dominan responden kluster 2

No	Karakteristik dominan	Orang	Persentase
1	Tempat Lahir : Luar Medan dalam provinsi Sumatera Utara	83	83.84%
2	Jumlah Anggota Keluarga : diatas 5 orang	71	71.72%
3	Sumber Biaya Kuliah : Orang Tua	58	58.59%
4	Asal SMU: Luar Medan (Sumatera Utara)	81	81.82%
5	Hobi: Olahraga	54	54.55%
6	Olahraga Kesukaan : sepak bola	28	28.28%
7	Film Kesukaan: Action	20	20.20%
8	Pekerjaan Orang Tua: Petani	62	62.63%
9	Pendapatan Orang Tua : 1 – 5 juta per bulan	35	35.35%
10	Alamat Orang Tua: Luar Medan (Sumatera Utara)	60	58.25%
11	Jumlah	552	555.23%
12	Rata-rata	55.2	55.52%

Sumber: Diolah dari rekap Identitas responden, 2018

Beberapa karakteristik responden pada kluster 2 yang paling tinggi persentasenya yakni: Tempat lahir di luar Medan dalam provinsi Sumatera Utara sebanyak 83%; Asal SMU luar Medan (Sumatera Utara) sebesar 81.82%; Jumlah anggota keluarga :didas 5 orang sebanyak 71%; Pekerjaan Orang Tua sebagai petanisebanyak 62.63%; Sumber Biaya Kuliah dari orang tua sebanyak 58.59%. Alamat Orang Tua di luar Medan (Sumatera Utara) sebanyak 58.25%; Hobi Olahraga sebanyak 54.55% , kebanyakan olah raga sepak bola.

Hasil ekstraksi dari komponen-komponen faktor-faktor memilih Universitas Darma Agung diperoleh sebanyak 30 variabel. Keseluruhan variabel direduksi menjadi 4 komponen utama. Komponen-komponen tersebut dinilai layak karena telah melalui uji yang dipersyaratkan. Uji tersebut antara lain uji KMO, Uji Barlett, Uji MSA, Comunalities, Eigen Value, dan Scatterplot. Pengelompokan variabel dengan metode principal component analysis kedalam empat komponen utama disajikan pada tabel 3

2. Penetapan faktor utama memilih UDA

Tabel 3 Matrik komponen utama

Faktor	Component			
	1	2	3	4
X2	.699	.136	-.207	.231
X4	.751	-.210	-.021	-.132
X8	.434	.336	-.279	.478
X9	.805	-.004	-.267	.080
X10	.620	.393	-.329	.043
X11	.599	.403	-.346	-.103
X12	.759	-.052	-.061	-.150

X13	.753	-.431	-.018	-.123
X14	.757	-.440	-.053	-.008
X15	.784	.039	-.203	.004
X16	.811	-.122	-.092	-.111
X17	.718	-.547	-.018	-.143
X18	.741	-.529	-.007	-.060
X19	.755	-.113	-.115	.056
X20	.820	.046	-.163	.037
X21	.732	.161	-.086	.182
X22	.762	.007	-.071	.048
X23	.727	.325	-.217	-.137
X25	.711	.017	-.059	-.241
X26	.812	-.097	.060	-.042
X28	.484	.510	.082	-.466
X29	.760	-.035	.157	-.043
X31	.692	.302	.229	-.202
X32	.719	-.340	.181	.149
X33	.663	.215	.388	.034
X34	.710	-.328	.194	.284
X35	.574	.282	.402	.401
X36	.788	.090	.229	.226
X37	.678	.341	.388	-.161
X38	.684	.267	.338	-.031

Sumber: Diolah dari data primer, 2018

Terdapat 30 variabel yang diekstrak menjadi 4 faktor utama. Beberapa variabel masih diragukan apakah tempatnya pada kelompok 1 atau kelompok 2. Factor loading X17 dan X18 sama-sama diatas 0.50 pada komponen utama 1 dan komponen utama 2. Oleh sebab itu masih perlu dilakukan proses lanjutan.

Reduksi terhadap komponen-komponen menghasilkan 4 komponen utama. Namun beberapa variabel masih diragukan kepada faktor mana akan dimasukkan. Untuk lebih memperjelas setiap komponen masuk kefaktor utama tertentu, perlu dilakukan rotasi. Hasil rotasi dengan metode verimax disajikan pada tabel 4

Tabel 4 Komponen ekstrak setelah rotasi dengan metode varimax

Faktor	Component			
	1	2	3	4
X2	0.362	0.617	0.133	0.272
X4	0.683	0.227	0.282	0.165
X8	0.008	0.722	-0.067	0.286
X9	0.557	0.587	0.209	0.161
X10	0.155	0.696	0.356	0.118
X11	0.153	0.643	0.462	0.027
X12	0.580	0.319	0.373	0.168
X13	0.841	0.136	0.166	0.120
X14	0.837	0.203	0.071	0.151
X15	0.519	0.524	0.290	0.172

X16	0.663	0.350	0.323	0.168
X17	0.902	0.062	0.109	0.069
X18	0.894	0.106	0.066	0.131
X19	0.596	0.407	0.176	0.214
X20	0.533	0.531	0.288	0.234
X21	0.367	0.544	0.213	0.355
X22	0.515	0.430	0.252	0.274
X23	0.295	0.573	0.517	0.137
X25	0.511	0.288	0.458	0.121
X26	0.629	0.287	0.307	0.320
X28	0.025	0.209	0.810	0.139
X29	0.545	0.224	0.333	0.385
X31	0.275	0.225	0.606	0.412
X32	0.708	0.134	0.021	0.410
X33	0.278	0.161	0.395	0.614
X34	0.675	0.180	-0.077	0.486
X35	0.121	0.284	0.118	0.789
X36	0.436	0.349	0.212	0.613
X37	0.225	0.146	0.613	0.553
X38	0.266	0.201	0.471	0.566

Sumber: Diolah dari tabel 3, 2018

Faktor-faktor utama yang terbentuk sebanyak 4 kelompok. Deskripsi masing-masing kelompok (komponen utama) diuraikan berikut ini.

Tabel 5 Kelompok faktor utama 1 setelah rotasi meliputi

No	Factor loading	Notasi	Deskripsi
1	0.683	X ₄	Program studi terakreditasi baik
2	0.580	X ₁₂	Metode pembelajaran yang efektif
3	0.841	X ₁₃	PTS tertua di Medan
4	0.837	X ₁₄	Ingin menjadi alumni UDA
5	0.663	X ₁₆	Sistim perkuliahan yang teratur
6	0.902	X ₁₇	Ingin membanggakan orang tua
7	0.894	X ₁₈	Mencari gelar
8	0.596	X ₁₉	Mencari relasi
9	0.533	X ₂₀	Menambah pengalaman
10	0.515	X ₂₂	Lahan kampus yang luas
11	0.511	X ₂₅	Banyak lulusan berhasil
12	0.629	X ₂₆	Ada jurusan yang disukai
13	0.545	X ₂₉	Tersedia beasiswa
14	0.708	X ₃₂	Uang kuliah dapat dicicil
15	0.675	X ₃₄	Dapat bekerja sambil kuliah

Sumber: Diolah dari tabel 4

Berdasarkan deskripsi masing faktor yang berada pada kelompok 1. Paling disebut popularitas universitas. Selanjutnya

Tabel 6 Kelompok faktor utama 2 setelah rotasi

No	Factor loading	Notasi	Deskripsi
1	0.617	X ₂	Kampusnya bagus
2	0.722	X ₈	Mengenal banyak senior
3	0.587	X ₉	Dosen yang profesional
4	0.696	X ₁₀	Lingkungan bersih
5	0.643	X ₁₁	Tempat praktikum memadai
6	0.524	X ₁₅	Solidaritas tinggi
7	0.544	X ₂₁	Ingin mencapai cita-cita
8	0.573	X ₂₃	Meningkatkan potensi diri untuk memperoleh pekerjaan

Sumber: diolah dari tabel 4

Kelompok faktor utama 2 merupakan kumpulan dari 8 faktor. Setiap faktor memiliki deskripsi masing-masing sesuai terlihat pada tabel 6. Kelompok ini paling relevan disebut peningkatan ketrampilan/keahlian.

Kelompok faktor utama 3 terdiri dari 3 faktor. Deskripsi masing-masing faktor disajikan pada tabel 7

Tabel 7 Kelompok faktor utama 3 setelah rotasi

No	Factor loading	Notasi	Deskripsi
1	0.810	X ₂₈	Fasilitas lengkap
2	0.606	X ₃₁	Banyak kegiatan kemahasiswaan
3	0.613	X ₃₇	Kerjasama dengan alumni

Sumber: diolah dari tabel 4

Berdasarkan deskripsi faktor-faktor yang terkumpul dalam kelompok 3, paling sesuai disebut faktor utama kemahasiswaan.

Kelompok paling terakhir yakni keempat meliputi 3 faktor. Masing-masing deskripsi faktor-faktor disajikan pada tabel 8.

Tabel 8 Kelompok faktor utama 4 setelah rotasi

No	Factor loading	Notasi	Deskripsi
1	0.614	X ₃₃	Pelayanan yang baik
2	0.789	X ₃₅	Ajakan teman
3	0.613	X ₃₆	Visi-misi yang bagus
4	0.566	X ₃₈	Kerjasama dengan perusahaan

Sumber: diolah dari tabel 4

Dalam kelompok 4 yang meliputi 4 faktor lebih relevan disebut faktor utama tata kelola universitas

- b. Segmen 2 berbeda signifikan dengan segmen 1
- c. Similaritas terhadap pusat kluster 2 lebih tinggi daripada kluster 1
- d. Profil pasar sasaran yang optimal dilayani oleh UDA yakni:
 - 1) Tempat lahir di luar Medan dalam provinsi Sumatera Utara
 - 2) Asal SMU luar Medan di Sumatera Utara

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

1. Simpulan

- a. Segmen pasar Universitas Darma Agung berdasarkan perilaku atau sikap mahasiswa terdiri dari 2 segmen (segmen 1 dan segmen 2).

- 3) Jumlah anggota keluarga :diatas 5 orang.
 - 4) Pekerjaan Orang Tua sebagai petani
 - 5) Alamat Orang Tua di luar Medan di Sumatera Utara
 - 6) Hobi Olahraga terutama sepakbola
- e. Ekstraksi terhadap mahasiswa UDA berdasarkan respon terhadap atribut Universitas terdiri dari 4 faktor/komponen utama dalam kaitan dengan pilihan.
 - f. Faktor utama yang mendorong mahasiswa memilih UDA mencakup popularitas universitas, peningkatan ketrampilan/keahlian, kemahasiswaan, dan tata kelola universitas.
- ## 2. Rekomendasi
- a. Wilayah sasaran program-program peningkatan animo masyarakat terhadap Universitas Darma Agung hendaknya diutamakan di luar kota Medan dalam provinsi Sumatera Utara
 - b. Pesan-pesan komunikasi pemasaran UDA sebaiknya disesuaikan dengan budaya keluarga petani
 - c. Pertandingan-pertandingan sepakbola antar Sekolah menengah Atas di Sumatera Utara hendaknya terorganisir dan dilaksanakan secara berkala oleh UDA
 - d. Publikasi-publikasi tentang kegiatan dan kinerja UDA perlu ditingkatkan dalam rangka popularitas lembaga.
 - e. Sumberdaya yang diperlukan dalam peningkatan ketrampilan/keahlian mahasiswa penting dioptimalkan
 - f. Peningkatan mutu tatakelola perguruan tinggi penting ditingkatkan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Agusta, Y. 2007. K-Means-Penerapan, Permasalahan dan Metode Terkait. Denpasar, Bali: Jurnal Sistem dan Informatika Vol.3, pp : 47-60.

BAN –PT, 2011, Buku VI Matrik Penilaian Badan Akreditasi Nasional Perguruan Perguruan Tinggi.

Duncan, Tom. 2005, *Principles of Advertising & IMC, Second Edition*. McGraw-Hill, Inc.

Fred.C.Allvine, 1987, *Marketing Principle and Practice*, San Diego, Harcourt Brace Javanovich Publishers

Hair,et.al, *Multivariate Data Analysis*,1998, Fifth Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River : New Jersey.

Keller, K. L., & Kotler, P. ,2011. *Marketing Management (14 ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane, 2009, *Marketing Management, Thirteenth Edition*, Pearson Education, Inc.

----- & Karen F.A.Fox, 1995, *Strategic Marketing for Educational Institution , Second Edition*, New Jersey, Prentice-Hall Inc.

----- ,2003, *Manajemen Pemasaran*, edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompokGramedia.

Olson, Jerry and Paul Peter. 2008. *Consumer Behavior & Marketing Strategy, 7th edition*. New York: McGraw Hill

PDDIKTI, 2017, Perguruan Tinggi Swasta di Sumatera utara, <https://forlap.ristekdikti.go.id/perguruan tinggi/search/20>, diakses tanggal 30 Nopember 2017

Panitia Penerimaan Mahasiswa Baru UDA, 2017, Laporan Pelaksanaan Penerimaan mahasiswa baru.

Supranto, 2004, *Analisis Multivariat: Arti dan Intepretasi*, Jakarta, Rineka Cipta.

Swastha &Handoko ,1997, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta

Tjiptono,Fandy, Gregorius Chandra,2012, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta, Andi