



**ANALISIS FAKTOR YANG MENJADI PERTIMBANGAN MAHASISWA
DALAM MEMILIH TEMPAT KOST DI KAWASAN KAMPUS UNEJ**

SKRIPSI

Oleh
Nurul Badri
NIM 080810201017

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**ANALISIS FAKTOR YANG MENJADI PERTIMBANGAN MAHASISWA
DALAM MEMILIH TEMPAT KOST DI KAWASAN KAMPUS UNEJ**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh
Nurul Badri
NIM 080810201017

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : NURUL BADRI
NIM : 080810201017
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul : ANALISIS FAKTOR YANG MENJADI
PERTIMBANGAN MAHASISWA DALAM MEMILIH TEMPAT KOST DI
KAWASAN KAMPUS UNEJ

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, September 2012

Yang menyatakan,

NURUL BADRI
NIM 080810201017

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR YANG MENJADI PERTIMBANGAN
MAHASISWA DALAM MEMILIH TEMPAT KOST DI
KAWASAN KAMPUS UNEJ

Nama Mahasiswa : Nurul Badri

NIM : 080810201017

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. M. Dimiyati, S.E, M.Si

NIP. 19670421 199403 1008

H.N. Ari Subagyo, S.E, M.Si

NIP. 19331109 200003 1002

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si

NIP. 19661020 199002 2 001

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR YANG MENJADI PERTIMBANGAN MAHASISWA DALAM MEMILIH TEMPAT KOST DI KAWASAN KAMPUS UNEJ

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Nurul Badri
NIM : 080810201017
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

8 Oktober 2012

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Susunan Tim Penguji

Ketua : Dr. Deasy Wulandari, S.E, M.Si : (.....)
NIP 19730908 200003 2 001

Sekretaris : H.N. Ari Subagyo, S.E, M.Si : (.....)
NIP 119670421 199403 1008

Anggota : Dr. M. Dimiyati, S.E, M.Si : (.....)
NIP 19731109 200003 1 002

Mengesahkan
Dekan,

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.sc
NIP. 19560831 198403 1 002

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua Orang Tuaku, Abdul Wahid dan Bunda Sunarmi tercinta, yang selalu dengan tulus menyayangiku, membesarkanku dan mendidikku.
2. Kakakku Imam Ghazali dan Nur Lailatul Rahmah yang selalu membuat hidupku indah.
3. Kekasih hatiku yang selalu setia menemaniku.
4. Sahabat-sahabatku Mbambonk Community dan FDB yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepadaku.
5. Teman-teman Manajemen 2008.
6. Almamaterku Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kubanggakan.



MOTTO

“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Al-Baqarah: 153)

Jenius adalah 1 % inspirasi dan 99 % keringat. Tidak ada yang dapat menggantikan kerja keras. Keberuntungan adalah sesuatu yang terjadi ketika kesempatan bertemu dengan kesiapan

(Thomas A. Edison)

Mindset is do'a. Perjuangan adalah seni..!!

(Penulis)

Jangan menganggap sesuatu itu sulit
Sehingga membuatmu takut
Tapi justru ketakutanlah
Yang membuat sesuatu itu menjadi sulit

(Penulis)



SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR YANG MENJADI PERTIMBANGAN MAHASISWA
DALAM MEMILIH TEMPAT KOST DI KAWASAN KAMPUS UNEJ**

Oleh :

Nurul Badri

NIM 080810201017

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama

: Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si

Dosen Pembimbing Anggota

: H.N. Ari Subagyo, SE, M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis Faktor yang Menjadi Pertimbangan Mahasiswa dalam Memilih Tempat Kost di Kawasan Kampus Unej”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih tempat kost di kawasan kampus UNEJ. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa baru yang aktif di Universitas Jember. Metode sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Variabel yang digunakan yaitu sebanyak 16 variabel.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis faktor. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan / menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum/generalisasi. Analisis faktor digunakan untuk mereduksi data atau meringkas sejumlah variabel menjadi lebih sedikit dan menamakannya sebagai faktor, namun masih memuat sebagian besar informasi yang terkandung dalam variabel asli. Dalam penelitian ini analisis faktor digunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih tempat kost di kawasan kampus UNEJ.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dari 16 variabel yang diteliti, dihasilkan 5 faktor baru yang terbentuk, yaitu faktor mobilitas, faktor ajakan, faktor harga, faktor fasilitas, serta faktor lingkungan yang nantinya penelitian ini diharapkan lebih mampu meningkatkan kelima faktor yang telah dibentuk.

Kata Kunci : Analisis deskriptif, Analisis faktor.

ABSTRACT

This study entitled " Analysis of Factors That Come Considerations in Choosing The Boarding Students in Campus Regions Unej ". This study aims to identify and analyze the factors that influence students in choosing a boarding place in the campus UNEJ. The population in this study were all new students who are active in the University of Jember. The sampling method used was purposive sampling with the number of respondents as many as 100 people. Variables used as many as 16 variables."

The analysis method used is descriptive analysis and factor analysis. Descriptive analysis was used to analyze the data in a way describes / represents data that have been collected as is without any intention to make the conclusions applicable to common / generalization. Factor analysis is used to reduce the data or summarize a number of variables into fewer and named it as a factor, but still contains most of the information contained in the original variables. In this study, factor analysis is used to determine the factors that influence students in choosing a boarding place in the campus UNEJ.

Based on the research conducted, from 16 variables studied, the resulting newly formed 5 factors, namely factor mobility, solicitation factors, price factors, facility factors, and environmental factors that will study is expected to increase over the five factors that have been established.

Keywords: Descriptive analysis, Factor analysis.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas ridho dan limpahan Rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul “Analisis Faktor yang Menjadi Pertimbangan Mahasiswa dalam Memilih Tempat Kost di Kawasan Kampus Unej” ini dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai kewajiban guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah banyak mendapat bantuan baik berupa materiil maupun moril yang tak ternilai harganya dari semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu sudah selayaknya penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Saleh, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dr. Isti Fadah, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, dan petunjuk serta motivasi yang bermanfaat guna terselesaikannya penulisan skripsi ini.
4. Bapak H.N. Ari Subagiyo, SE, M.Si, selaku pembimbing II yang juga telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, dan petunjuk serta motivasi yang bermanfaat guna terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan pengajaran dan ilmunya selama ini sehingga dapat menjadi bekal untuk masa depan saya.
6. Seluruh Karyawan dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan waktunya demi kelancaran penelitian ini.
7. Kedua orang tuaku tersayang, Abdul Wahid dan Bunda Sunarmi tercinta, terima kasih atas kasih sayang yang telah diberikan dalam mendidik dan membesarkanku selama ini.
8. Kakakku Imam Ghazali dan Nur Lailatul Rahmah tercinta, yang selalu menjadi kakak yang baik untukku dan selalu menjadi penghiburku di rumah.

9. Kekasih hatiku tercinta Dewi Mukti Novahelyta, terima kasih telah ada disampingku selama ini. Kau telah menemani banyak hal dalam hidupku, terima kasih atas segala dukungan semangat, doa, dan ketulusan yang kau berikan selama ini.
10. Sohib-sohibku tersayang Mbambonk Community (Riano, Doni, Bahtiar, Bayu, Bambang, Dita, Nindy, Putri, Forasty, Dita, Fenani, Vinda). Terima kasih atas segala kenangan manis yang tercipta, persahabatan yang tulus, dan dukungan yang kalian berikan. Semoga persahabatan ini akan terus terjalin hingga hari tua nanti.
11. Teman-teman Manajemen 2008 : Rizka R, Ardyan, Ayson, Dimas, Andre, Asep, Vina, Ayu, Rina, Manggar, Peni, Dinar, dan seluruh teman-temanku di Manajemen 2008 yang tak bisa kusebutkan satu persatu. Terima kasih atas serpihan kisah penuh warna selama ini. Kalian takkan pernah ku lupakan.
12. Teman-teman kos Brantas Ijo: Sulis, Wahyu, Danang, Dimas, Samid, Likul, Yogis, Daniel, Maz Febri Janotok, dll yang tak bisa kusebutkan satu persatu. Terima Kasih atas kebersamaan yang indah selama 4 tahun ini, semoga komunikasi dan silaturahmi kita takkan terputus.
13. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna baik yang menyangkut aspek materi maupun teknik penulisan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya dengan segala keterbatasan kemampuan yang dimiliki dan kekurangan yang ada, penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, September 2012

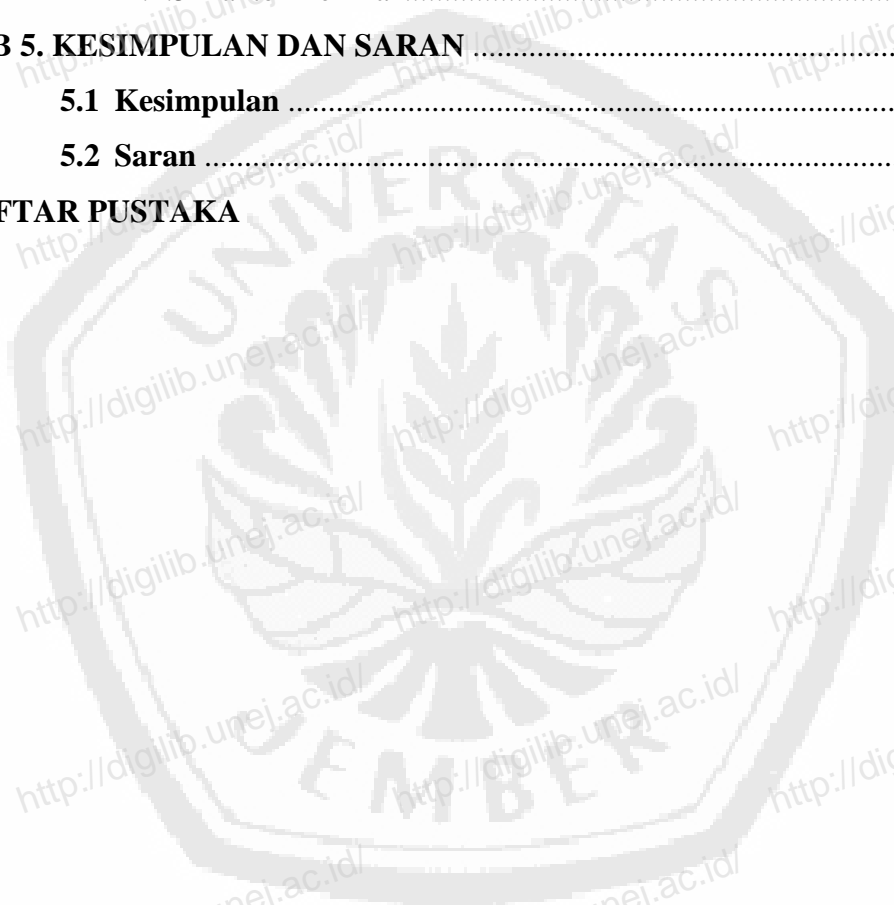
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PEMBIMBING	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Teori Keputusan Pembelian	5
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	5
2.1.3 Proses Keputusan Pembelian	7
2.2 Penelitian Sebelumnya	9

2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	11
BAB 3. METODE PENELITIAN	13
3.1 Rancangan Penelitian	13
3.2 Jenis dan Sumber Data	13
3.3 Metode Pengumpulan Data	13
3.4 Populasi dan Sampel	14
3.5 Identifikasi Variabel	15
3.6 Variabel Bebas	15
3.7 Variabel Terikat	15
3.8 Definisi Operasional Variabel.....	16
3.9 Teknik Pengukuran Data.....	17
3.10 Metode Analisis Data.....	17
3.10.1 Uji Validitas	17
3.10.2 Uji Reliabilitas	18
3.10.3 Analisis Deskriptif.....	19
3.10.4 Analisis Faktor	20
3.11 Kerangka Pemecahan Masalah	21
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Hasil Penelitian	23
4.1.1 Gambaran Umum Wilayah Kabupaten Jember	23
4.1.2 Gambaran Umum Wilayah Kampus Universitas Jember	24
4.1.3 Perkembangan Bisnis Kost-kost-an di Kota Jember	27
4.1.4 Karakteristik Responden	29
4.2 Uji Instrumen	31
4.2.1 Uji Validitas	31
4.2.2 Uji Reliabilitas	33
4.3 Hasil Analisis Data	34
4.3.1 Analisis Deskriptif	34
4.3.2 Analisis Faktor	46

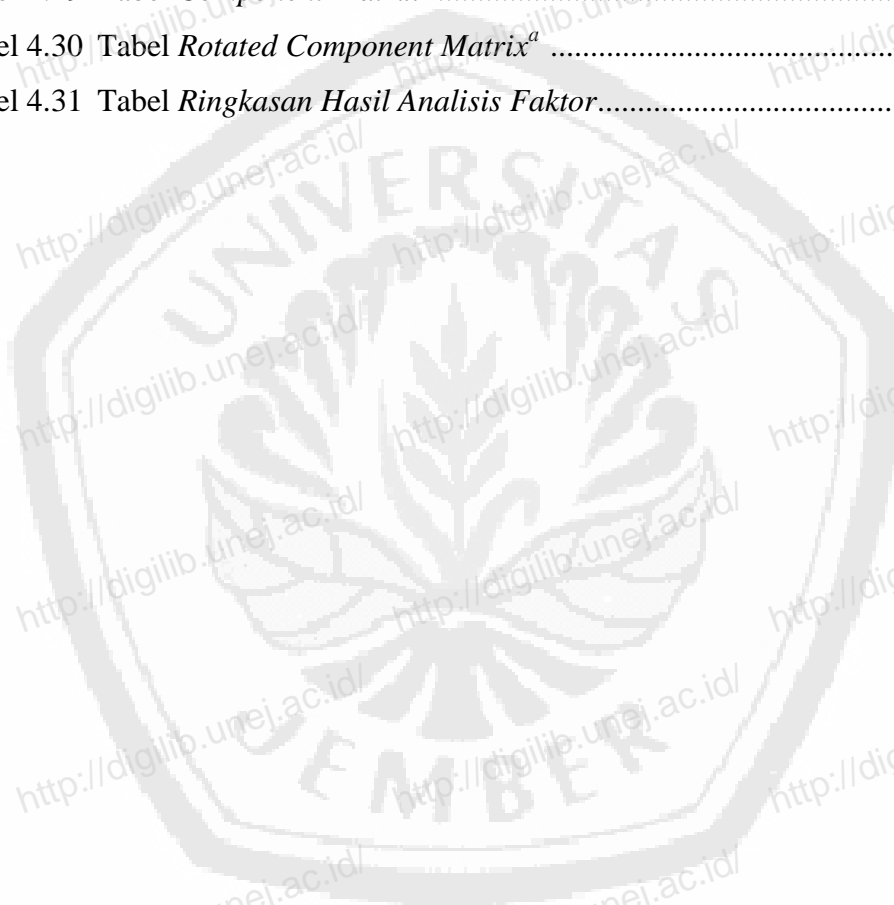
4.4 Pembahasan	54
4.4.1 Faktor Pertama	55
4.4.2 Faktor Kedua	56
4.4.3 Faktor Ketiga	56
4.4.4 Faktor Keempat	56
4.4.5 Faktor Kelima	57
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR TABEL

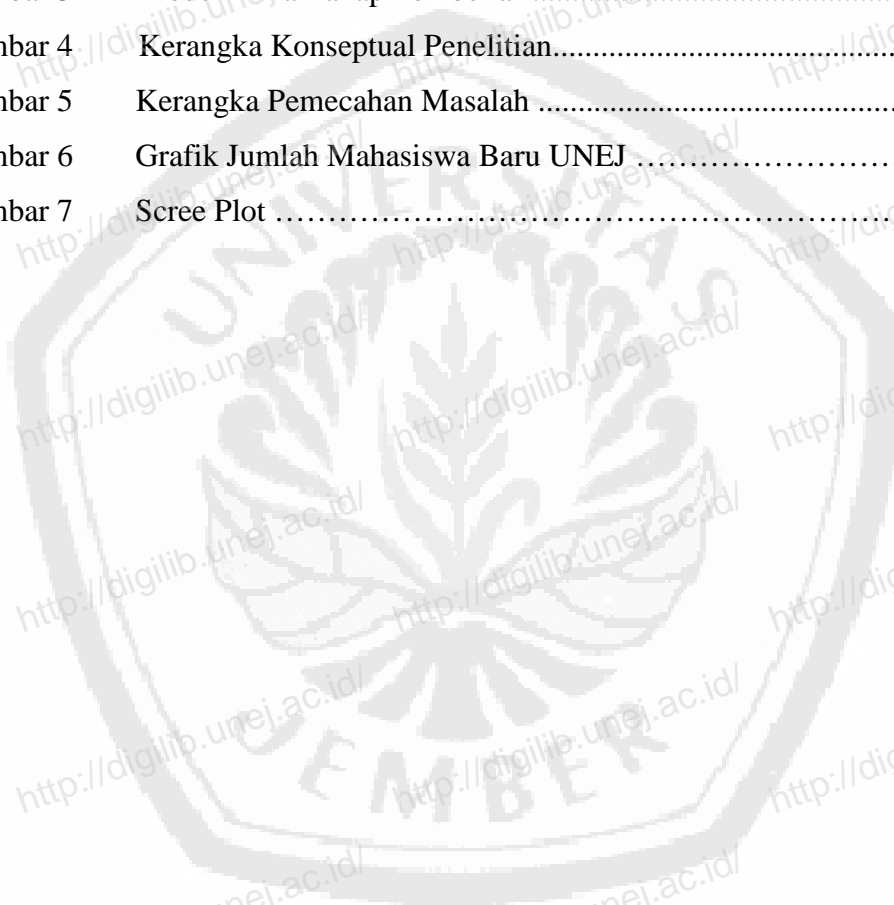
	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	10
Tabel 3.1 Pengalokasian sampel.....	10
Tabel 4.1 Jumlah Mahasiswa Baru UNEJ	26
Tabel 4.2 Perkembangan Bisnis Kost-kost-an	28
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	29
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kota Asal	30
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	31
Tabel 4.6 Hasil Validitas <i>Independent Variable</i>	33
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas <i>Independent Variable</i>	34
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kebersihan Tempat Kost	34
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Jarak Dari Tempat Kost ke Kampus	35
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Jarak Menuju Tempat Makan...	36
Tabel 4.11 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Jaminan Keamanan Lokasi Kost	37
Tabel 4.12 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Harga yang Murah	37
Tabel 4.13 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Image Tempat Kost	38
Tabel 4.14 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Banyaknya Kamar yang Tersedia	39
Tabel 4.15 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Tipe Pembayaran	40
Tabel 4.16 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Mencari Suasana Baru	40
Tabel 4.17 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Interior Kamar	41
Tabel 4.18 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Pengaruh Teman	42
Tabel 4.19 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kamar Mandi	42
Tabel 4.20 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keramahan Tetangga	43
Tabel 4.21 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Dekat dengan Fasilitas Umum ...	44
Tabel 4.22 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Suasana yang Nyaman	45
Tabel 4.23 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Tempat Parkir	45

Tabel 4.24 KMO and Bartlett's Test	46
Tabel 4.25 Hasil Pengujian 1 (<i>Anti-image Correlation</i>)	47
Tabel 4.26 Hasil Pengujian 2 (<i>Anti-image Correlation</i>)	48
Tabel 4.27 Hasil Pengujian 3 (<i>Anti-image Correlation</i>)	48
Tabel 4.28 Total <i>Variance Explaine</i>	49
Tabel 4.29 Tabel <i>Component Matrix^a</i>	51
Tabel 4.30 Tabel <i>Rotated Component Matrix^a</i>	52
Tabel 4.31 Tabel <i>Ringkasan Hasil Analisis Faktor</i>	55



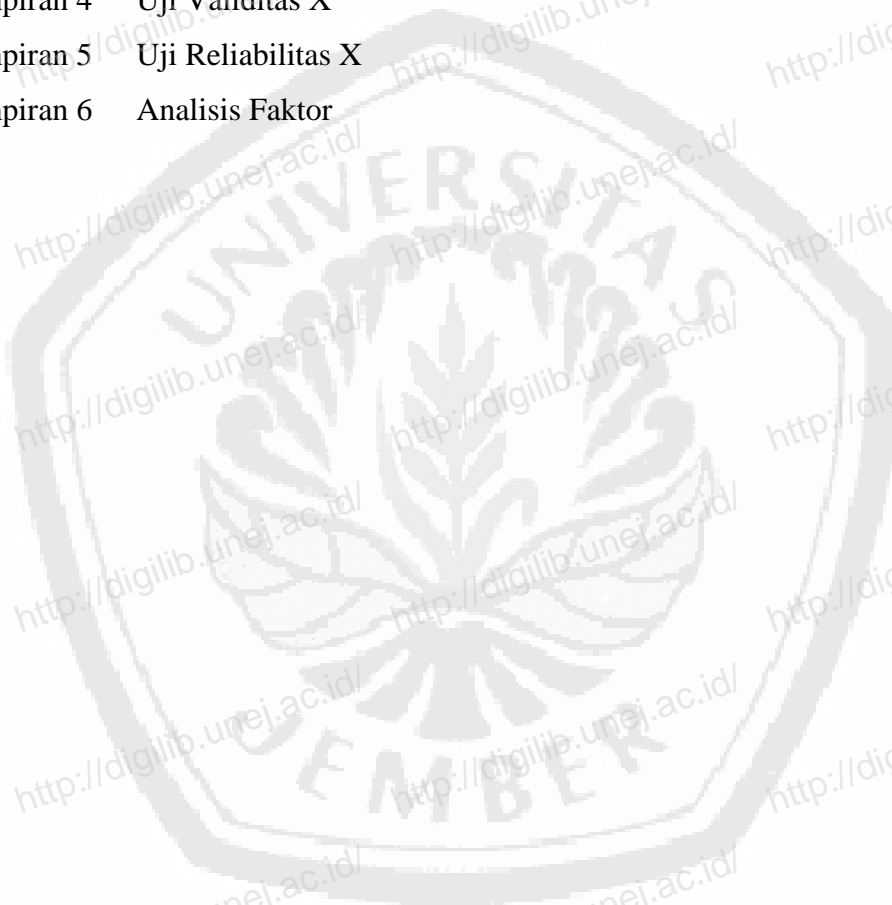
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Data Mahasiswa Baru UNEJ 3 Tahun Terakhir.....	2
Gambar 2 Data Kost-kost-an di Kabupaten Jember	3
Gambar 3 Model Lima Tahap Pembelian	8
Gambar 4 Kerangka Konseptual Penelitian.....	11
Gambar 5 Kerangka Pemecahan Masalah	21
Gambar 6 Grafik Jumlah Mahasiswa Baru UNEJ	27
Gambar 7 Scree Plot	50



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 Identitas Responden
- Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran 4 Uji Validitas X
- Lampiran 5 Uji Reliabilitas X
- Lampiran 6 Analisis Faktor



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Saputra(2010), semakin ketatnya persaingan usaha telah menuntut setiap perusahaan untuk meningkatkan kualitas akan produk / layanannya kepada konsumen. Upaya meningkatkan kualitas telah menjadi suatu keharusan bagi setiap perusahaan yang ingin *survive* dalam persaingan yang semakin ketat tersebut. Terbukti dari perusahaan-perusahaan yang sekarang menjadi *leader* dalam persaingan adalah perusahaan yang mengutamakan kepentingan dan keinginan konsumennya. Dalam upaya meningkatkan layanan tersebut, perusahaan tidak bisa serta merta menjustifikasi keinginan konsumen seperti apa. Dibutuhkan sebuah riset untuk mengetahui keinginan konsumen.

Agar dapat memuaskan dan memenuhi keinginan konsumen perlu dilakukan beberapa langkah, salah satunya adalah mengetahui perilaku konsumen. Sebelum menganalisis perilaku konsumen perlu diperhatikan siapa yang menjadi konsumen akhir, siapa yang mengambil keputusan, siapa yang mempengaruhi keputusan pembelian, bagaimana keputusan pembelian dibuat, apa yang dibeli, mengapa membeli merek tertentu, kemana mereka pergi atau mencari produk tersebut, kapan mereka membeli, bagaimana produk kita dianggap oleh konsumen, bagaimana sikap konsumen terhadap produk kita, faktor sosial apa yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, bagaimana gaya hidup konsumen, dan bagaimana faktor pribadi atau demografis mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan mengetahui perilaku konsumen, maka pengusaha dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli atau menggunakan produk baik barang maupun jasa yang ditawarkan. (Kotler dan Keller, 2008:184).

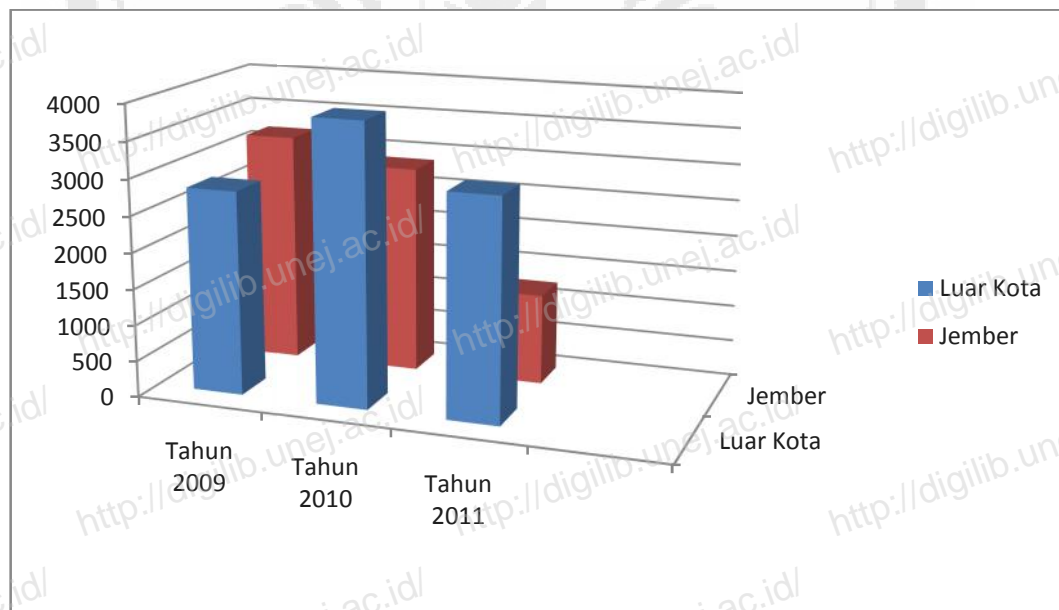
Periset pemasaran telah mengembangkan “model tingkat” proses keputusan pembelian. Konsumen melalui lima tahap yakni pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.(Kotler dan Keller, 2008:184).

Berdasarkan hasil pra penelitian yang peneliti lakukan, sebagian besar pelajar SMA setelah lulus, akan melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih

tinggi. Kebanyakan dari mereka menginginkan masuk ke Perguruan Tinggi Negeri, namun belum tentu di setiap kota terdapat Universitas Negeri. Hal ini menyebabkan pelajar harus pergi ke luar kota untuk mencari Universitas Negeri yang diinginkan. Meningkatnya jumlah mahasiswa baru yang datang dari berbagai daerah, mengakibatkan kebutuhan kost-kost-an di kota tujuan juga ikut meningkat.

Guna merebut perhatian mahasiswa baru tersebut, perlu diketahui faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam memilih tempat kost. Hal ini mengakibatkan timbulnya persaingan antara pengusaha kost-kost-an. Dengan demikian, dibutuhkan strategi untuk menghadapi persaingan tersebut.

Universitas Jember sebagai salah satu universitas negeri di wilayah timur pulau Jawa memiliki mahasiswa baru yang datang dari berbagai daerah. Setiap tahun Universitas Jember menerima rata-rata 5.683 orang mahasiswa baru dari berbagai daerah.

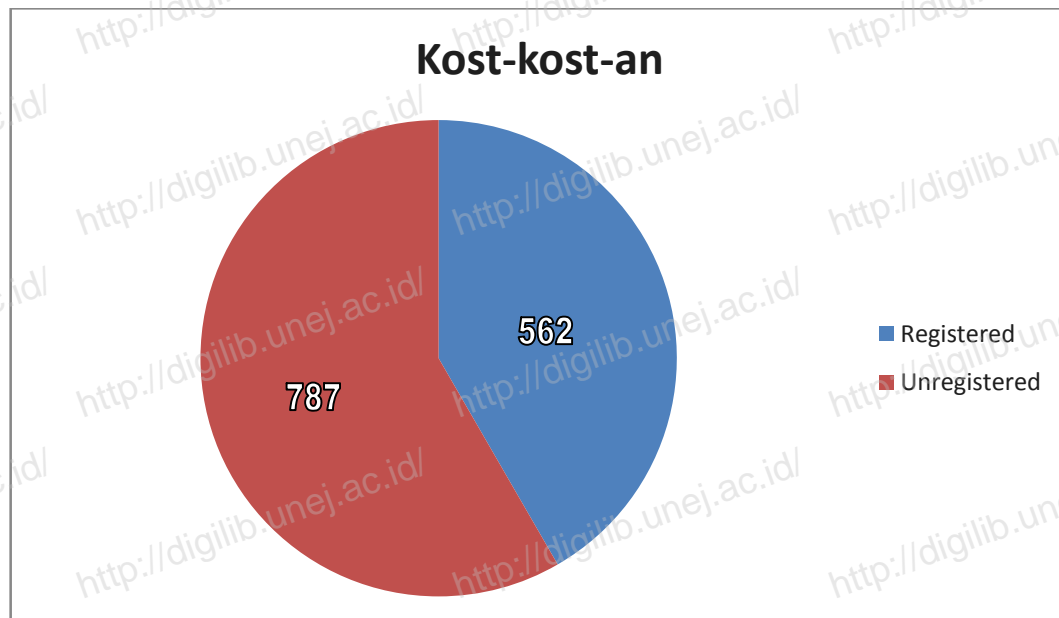


Sumber : Unit Pelayanan Teknis-TI Universitas Jember, 2012.

Gambar 1. Data Mahasiswa Baru Universitas Jember 3 Tahun Terakhir.

Sebagai pendatang, mahasiswa baru tersebut akan membutuhkan tempat tinggal sementara selama menempuh studinya. Hal ini menjadikan wilayah di sekitar kampus Universitas Jember sebagai lokasi yang potensial untuk usaha

tempat kost. Saat ini ada sekitar 1.349 tempat kost diantaranya yang telah memiliki surat izin sebanyak 562 unit dan 787 unit lainnya masih dalam pengurusan surat izin dari Dinas Sosial Kabupaten Jember.



Sumber : Dinas Sosial Kabupaten Jember, 2012.

Gambar 2. Data kost-kost-an di Kabupaten Jember.

Hal ini menjadikan persaingan dalam merebut konsumen tempat kost juga semakin ketat. Oleh karena itu dibutuhkan strategi untuk memenangkan persaingan tersebut. Guna membangun sebuah strategi pemasaran yang tepat, perlu diketahui faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Dari uraian tersebut, maka penting dilakukan penelitian tentang analisis faktor yang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih tempat kost di kawasan kampus Universitas Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Universitas Jember merupakan salah satu universitas negeri di wilayah timur pulau Jawa. Dengan rata-rata jumlah mahasiswa pendatang mencapai 5.683 orang, menjadikan wilayah di sekitar kampus Universitas Jember sebagai lokasi yang potensial untuk usaha tempat kost. Melihat kondisi ini, banyak yang

memanfaatkannya untuk mencoba membuka peluang bisnis khususnya di bidang kost-kost-an. semakin banyaknya yang tertarik terhadap bisnis ini mengakibatkan mereka untuk lebih tanggap dalam memberikan fasilitas-fasilitas tempat kost yang bervariasi sehingga dapat menarik perhatian bagi mahasiswa yang akan menghuninya. Tentunya hal ini berujung dengan adanya persaingan antara pemilik kost-kost-an yang satu dengan lainnya. Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan mahasiswa baru dalam memilih kost di kawasan kampus UNEJ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi pertimbangan mahasiswa baru dalam memilih kost di kawasan kampus UNEJ.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

- a. Bagi pengusaha kost dapat digunakan sebagai bahan referensi atau bahan pertimbangan guna mengambil langkah-langkah perbaikan maupun mempertahankan mutu jasanya.
- b. Bagi peneliti merupakan penerapan secara ilmiah dari ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran.
- c. Bagi peneliti lain sebagai bahan referensi yang juga meneliti dalam bidang yang sama.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keputusan Pembelian

Tujuan utama dari serangkaian proses pemasaran adalah aktivitas pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Konsumen sebagai pelaku utama dalam proses pembelian selalu menjadi perhatian produsen. Produsen kini banyak yang memberikan perhatian khusus kepada konsumen, terutama dalam mempelajari perilaku konsumen dalam proses pembelian yang bersifat dinamis. Kotler dan Amstrong (2011:149) menyatakan bahwa, "*Purchase decisionis the buyer's decision about which brand to purchase*". Keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk.

2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut Setiadi (2003:11), keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan.

Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian yaitu Faktor kebudayaan, Faktor sosial, Faktor pribadi, dan Faktor psikologis.

a. **Faktor kebudayaan, antara lain Budaya, dan Sub budaya.**

Budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan tingkah laku seseorang. Dimana sebagian besar tingkah laku manusia dipelajari, tumbuh dalam suatu masyarakat, seorang anak mempelajari nilai-nilai dasar. Persepsi, keinginan, dan tingkah laku dari keluarga serta lembaga-lembaga penting yang lain.

Setiap budaya terdiri dari beberapa sub-budaya yang kecil, atau sekelompok orang yang mempunyai sistem nilai sama berdasarkan pada pengalaman

hidup dan situasi. Sub-budaya termasuk agama, kelompok ras, dan wilayah geografis.

- b. Faktor Sosial, antara lain Keluarga, dan Peran dari status.

Anggota keluarga dapat amat mempengaruhi tingkah laku pembelian. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat. Dimana pemasara tertarik dalam peran dan pengaruh suami, istri, dan anak-anak pada pembelian berbagai produk dan jasa. Seseorang banyak menjadi anggota banyak kelompok (keluarga dan organisasi). Posisinya dalam kelompok dapat ditemtukan dalam bentuk peran dan status. Peran terdiri dari aktivitas yang diharapkan dilakukan seseorang menurut orang-orang dari aktivitas yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Orang sering kali memilih produk yang menunjukkan statusnya dalam masyarakat.

- c. Faktor pribadi, antara lain Umur dan tahapan dalam daur hidup, Status ekonomi, dan Keperibadian dan konsep diri.

Seseorang mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama masa hidupnya. Selera akan makan, pakaian, perabot sering kali berhubungan dengan umur. Membeli juga dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga (tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya).

Status ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang bisa dibelanjakan, tabungan dan hartanya, kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan untuk menabung.

Keperibadian adalah karakteristik psikologis yang unik dari seseorang yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan dirinya sendiri. Sedangkan konsep diri merupakan revisi yang kuat antara jenis-jenis keperibadian dengan berbagai pilihan produk atau merek.

- d. Faktor psikologis, antara lain Motivasi, Persepsi, dan Kepercayaan dan Sikap.

Motivasi merupakan dorongan akan kebutuhan dan keinginan yang timbul dari suatu keadaan fisiologis untuk mendapatkan kepuasan.

Persepsi merupakan proses yang dilalui orang dalam memilih, mengoperasikan, dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia.

Kepercayaan adalah pemikiran deskriptif dimiliki seseorang dalam mengenal sesuatu. Sedangkan sikap menguraikan evaluasi, perasaan, dan kecenderungan dari seseorang terhadap suatu obyek atau ide yang relatif konsisten.

2.1.3 Proses Keputusan Pembelian

Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan, konsumen akan melakukan kegiatan pembelian. Adapun di dalam proses pembelian tersebut konsumen harus dapat mengambil keputusan yang tepat agar kebutuhannya dapat dipenuhi. Jika konsumen telah memutuskan alternatif yang akan dipilih dan mungkin pengantinya jika diperlukan, maka ia akan melakukan pembelian.

Berikut tahap-tahap pembelian menurut Kotler dan Keller (2008:184), yaitu Pengenalan masalah, Pencarian informasi, Evaluasi alternatif, Keputusan pembelian, dan Perilaku pasca pembelian.

- a. Pengenalan masalah

Pada tahap ini konsumen mulai merasakan adanya suatu kebutuhan atau keinginan. Konsumen akan mengenali suatu masalah atau kebutuhan. Hal ini terjadi karena adanya gap antara keadaan yang diinginkan dengan keadaan sebenarnya.

- b. Pencarian informasi

Pada tahap ini konsumen mulai mencari berbagai macam informasi yang berkenaan dengan masalah atau kebutuhannya. Konsumen memandang bahwa kebutuhannya dapat dipenuhi dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk.

c. Evaluasi alternatif

Pada tahap ini konsumen telah memiliki banyak informasi yang berkenaan dengan kebutuhannya dan kini konsumen mulai melakukan penilaian terhadap produk alternatif yang mungkin dapat menggantikan posisi produk utama.

d. Keputusan pembelian

Pada tahap ini konsumen telah mengambil keputusan mengenai produk mana yang akan ia beli dan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

e. Perilaku pasca pembelian

Pada tahap ini, dijelaskan bahwa bagaimana perilaku yang timbul pada konsumen setelah mengkonsumsi suatu produk atau merek tertentu. Adapun hasilnya adalah rasa puas atau kecewa. Artinya jika konsumen merasa puas dengan produk yang dikonsumsinya maka konsumen mungkin akan mengkonsumsi produk yang sama diwaktu yang akan datang. Namun sebaliknya, jika ia kecewa maka ia mungkin akan berpindah ke produk lain.

Kotler (2008:185) menggambarkan tahapan proses pengambilan keputusan seperti Gambar 3. :



Sumber : Kotler (2008:185)

Gambar 3. Model lima tahap pembelian.

Dari proses keputusan pembelian yang dilakukan dengan beberapa tahapan di atas maka dapat diperoleh suatu keputusan pembelian. Keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli itu sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Salah satu yang memegang peranan penting di dalam melakukan suatu penelitian adalah kajian hasil-hasil penelitian sebelumnya. Hasil-hasil penelitian tersebut dapat dijadikan sebagai acuan dan perbandingan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Wiratama (2008) melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh display produk, pramuniaga, suasana lingkungan toko, ketidakterediaan produk, dan program promosi terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian impulsif dan mengetahui faktor yang paling dominan diantara faktor-faktor tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode survey yang menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor display produk, suasana lingkungan toko, ketidakterediaan produk, dan program promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian impulsif. Sedangkan faktor pramuniaga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian impulsif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor ketidakterediaan produk berpengaruh paling dominan diantara faktor-faktor yang diteliti dalam model.

Utari (2011) melakukan penelitian dengan tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dan faktor yang paling dominan dalam pembelian jasa Asuransi Jiwa PT. (Persero) Asuransi Jiwasraya Jember. Penelitian ini merupakan *exploratory research* yang dilakukan dengan metode survey. Metode pengambilan sampel menggunakan *Proporsional Random Sampling* yang mana ditentukan terlebih dahulu beberapa kriteria untuk menjangkau responden yang benar-benar memenuhi syarat data dikumpulkan berdasarkan jawaban responden yang berasal dari jawaban daftar pertanyaan (kuisisioner) yang diajukan. Analisis data yang digunakan adalah analisis faktor dan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat empat faktor yaitu, faktor sosial dan psikologi, faktor gaya hidup dan status sosial, faktor kebudayaan dan keadaan ekonomi, serta faktor pribadi. Berdasarkan hasil analisis regresi linier

bergandadengan uji t menunjukkan bahwa faktor kebudayaan dan keadaan ekonomi merupakan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian Jasa Asuransi Jiwasraya Jember.

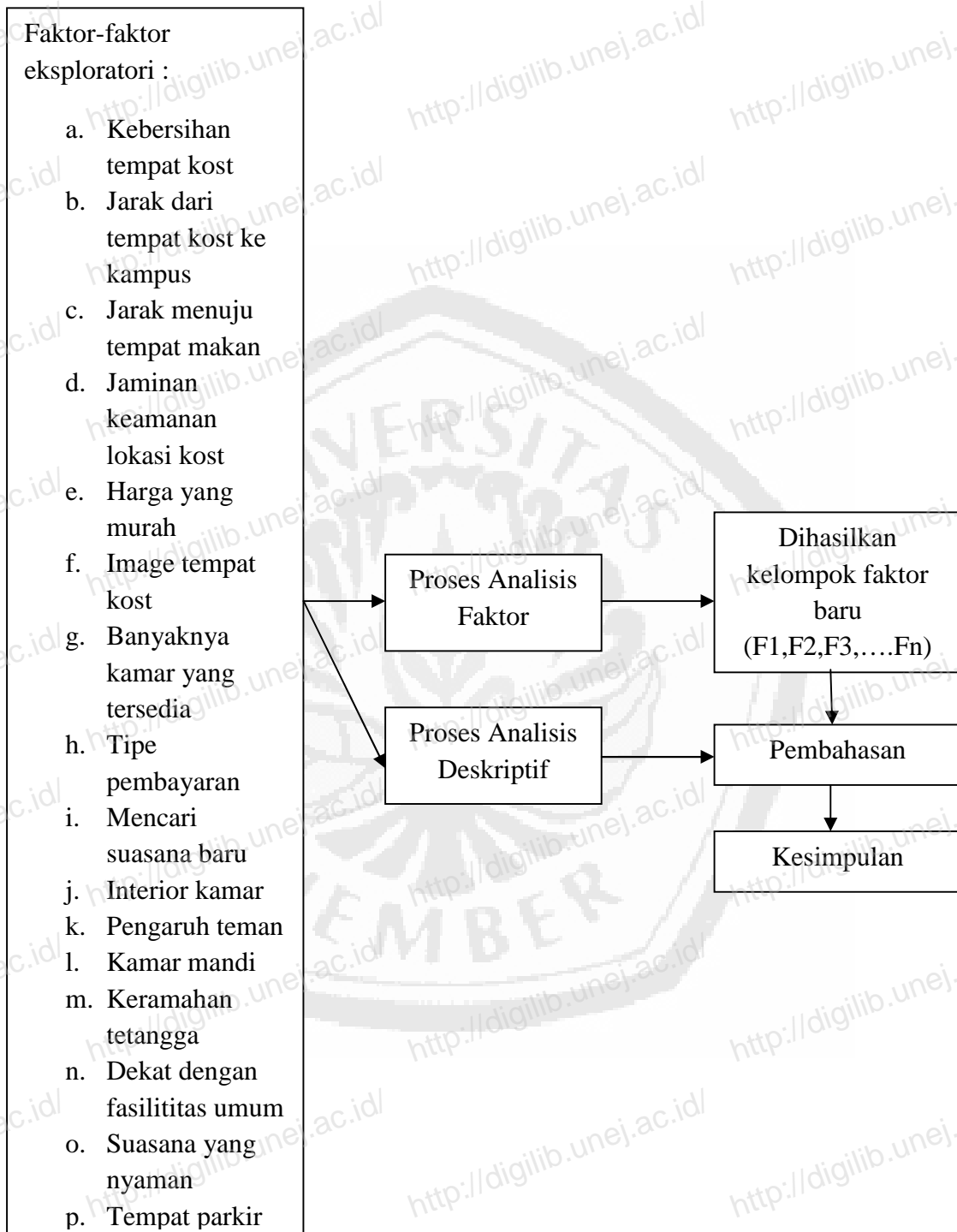
Berdasarkan hasil kedua penelitian terdahulu dan penelitian sekarang terdapat persamaan dan perbedaan seperti yang disajikan pada Tabel 2.1

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang

Perbedaan	Wawang Wiratama (2008)	Nella Dwi Utari (2011)
Obyek	Indomaret Tegal Boto Kec. Sumbersari Kab. Jember	PT. (persero) Asuransi Jiwasraya Jember
Variabel	Keputusan Konsumen, Ruang pameran produk, Pramuniaga, Suasana lingkungan took, Ketidakterediaan produk, Program promosi.	Wilayah geografis, Kelas sosial, Pergeseran budaya, Pribadi, Keadaan ekonomi, Pendapatan, Gaya hidup, Sosial, Pengalaman hidup, Status sosial, Pengaruh keluarga, Motivasi, Persepsi, Pengetahuan.
Alat Analisis	Analisis regresi logistik	Analisis faktor dan Analisis regresi linier berganda
Teknik Sampling	Accidental Sampling	Proporsional random sampling
Ukuran sampel	100 Responden	120 Responden
Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor ketidakterediaan produk berpengaruh paling dominan diantara faktor-faktor yang diteliti dalam model.	Faktor kebudayaan dan keadaan ekonomi merupakan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian Jasa Asuransi Jiwasraya Jember.

Badri (2012) melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang menjadikan pertimbangan mahasiswa baru dalam memilih kost di kawasan kampus UNEJ. Dalam penelitian, ini saya menggunakan penelitian eksploratori dengan metode survey dimana faktor-faktor yang nantinya akan menjadi pertimbangan mahasiswa baru dalam memilih tempat kost didapat dari hasil eksplorasi yang saya lakukan di lapangan. Untuk penelitian ini, saya menggunakan alat analisis deskriptif dan analisis faktor.

2.3 Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 4. Kerangka Konseptual Penelitian.

Kerangka konseptual disusun berdasarkan tinjauan teori yang merupakan sumber utama dalam suatu penelitian. Menurut Setiadi (2003:11), keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan

Pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen terhadap suatu produk, tidak terlepas dari faktor-faktor yang memengaruhi konsumen akan produk tersebut. Hal ini didasari oleh berbagai macam variabel, antara lain kebersihan tempat kost, Jarak dari tempat kost ke kampus, Jarak menuju tempat makan, Jaminan keamanan lokasi kost, Harga yang murah, Image tempat kost, Banyaknya kamar yang tersedia, Tipe pembayaran, Mencari suasana baru, Interior kamar, Pengaruh teman, Kamar mandi, Keramahan tetangga, Dekat dengan fasilitas umum, Suasana yang nyaman, dan Tempat parkir.

Penelitian ini menggunakan variabel-variabel yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih tempat kost di kawasan kampus UNEJ. Variabel-variabel yang dapat memengaruhi keputusan konsumen tersebut akan dianalisis menggunakan analisis faktor yang berguna untuk mereduksi data sehingga menjadi faktor-faktor yang baru. Setelah faktor-faktor baru ditemukan, maka langkah selanjutnya faktor-faktor tersebut akan diinterpretasikan sesuai dengan yang telah dihasilkan oleh alat bantu analisis IBM SPSS Statistic 16.0, sehingga dapat disimpulkan faktor-faktor apa saja yang sebenarnya menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih tempat kost di kawasan kampus UNEJ.

Berdasarkan pemikiran tersebut, peneliti dapat mengemukakan kerangka konseptual yang berfungsi sebagai penuntun sekaligus mencerminkan alur berpikir dalam penelitian ini dan secara sistematis dapat digambarkan dalam Gambar 4. di atas.

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai penelitian eksploratori. Penelitian eksploratori adalah penelitian yang bertujuan mencari hubungan-hubungan baru untuk merumuskan masalah riset (Supranto, 2003:56). Penelitian yang diorientasikan untuk memecahkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan memilih tempat kost. Selanjutnya agar tujuan penelitian dapat dicapai sesuai dengan perumusan masalah yang di ajukan maka data dan info mengenai faktor-faktor penentu yang menjadi acuan mahasiswa dalam memilih tempat kost akan dikumpulkan melalui metode kuisisioner dan wawancara.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

- a. Data primer merupakan data yang diperoleh melalui jawaban kuisisioner yang telah diisi oleh responden yang terpilih. Kuisisioner tersebut diisi oleh obyek penelitian yaitu mahasiswa baru Universitas Jember yang bertempat tinggal (kost) di sekitar Kampus Universitas Jember.
- b. Data Sekunder merupakan data yang diperoleh di pihak lain, berupa data olahan yang fungsinya memperkuat data primer. Sumber data sekunder adalah sumber-sumber seperti internet, jurnal, artikel, dan data dari perusahaan, seperti informasi mengenai gambaran umum mengenai kost-kost-an yang terletak di sekitar kampus Universitas Jember.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuisisioner, yaitu sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden, selanjutnya responden diminta mengisi daftar pernyataan tersebut.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa baru Universitas Jember angkatan 2012 yang berperan sebagai pengambil keputusan dalam pemilihan kost-kost-an. Kawasan kost-kost-an yang diteliti berada di sekitar kampus Universitas Jember yang meliputi kost-kost-an yang berada di Jalan Jawa, Jalan Kalimantan, Jalan Mastrip, Jalan Riau, Jalan Bangka, Jalan Belitung, Jalan Karimata, dan Jalan Sumatera.

Penelitian ini menggunakan kategori *non probability sampling*, yaitu dengan metode *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah penelitian sampel secara cermat dengan menggunakan cirri-ciri atau syarat-syarat tertentu atau spesifik. (Tika, 2006:46).

Syarat-syarat atau kriteria untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah :

- a. Mahasiswa baru angkatan 2012 di Universitas Jember.
- b. Mahasiswa baru angkatan 2012 yang menempati kost-kost-an di sekitar kampus Universitas Jember.

Menurut Roscoe (2006:160), ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian. Maka pada penelitian ini jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang dialokasikan ke dalam sub populasi dengan cara disproporsional. Hal ini dilakukan karena ketidakterediaan data pada sub populasi. Pengalokasian sampel dapat dilihat dalam Tabel 3.1 :

Tabel 3.1 Pengalokasian sampel

No.	Nama Lokasi	Jumlah Sampel
1.	Jalan Jawa	15 Responden
2.	Jalan Kalimantan	15 Responden
3.	Jalan Mastrip	10 Responden
4.	Jalan Riau	10 Responden
5.	Jalan Bangka	10 Responden
6.	Jalan Belitung	10 Responden
7.	Jalan Karimata	10 Responden
8.	Jalan Sumatera	10 Responden

3.5 Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel merupakan tindakan yang bertujuan untuk mencoba menemukan faktor dasar yang mungkin mendasari dan mengungkapkan diantara sebagian besar variabel. Berkaitan dengan analisis data yang digunakan yaitu analisis faktor, maka variabel-variabel yang ada diberi simbol X1, X2, X3, X4, X5,.....Xn.

3.6 Variabel Bebas

Variabel bebas yang terdapat dalam penelitian ini merupakan variabel yang akan dibentuk menjadi faktor-faktor baru (X). Variabel-variabel yang akan membentuk faktor-faktor (X) tersebut antara lain :

- a. Kebersihan tempat kost
- b. Jarak dari tempat kost ke kampus
- c. Jarak menuju tempat makan
- d. Jaminan keamanan lokasi kost
- e. Harga yang murah
- f. Image tempat kost
- g. Banyaknya kamar yang tersedia
- h. Tipe pembayaran
- i. Mencari suasana baru
- j. Interior kamar
- k. Pengaruh teman
- l. Kamar mandi
- m. Keramahan tetangga
- n. Dekat dengan fasilitas umum
- o. Suasana yang nyaman
- p. Tempat parkir

3.7 Variabel Terikat

Variabel terikat (Y) merupakan variabel yang nilainya ditentukan atau tergantung dari besar kecilnya nilai variabel bebas (X). Variabel terikat dalam

penelitian ini adalah pertimbangan mahasiswa baru Universitas Jember dalam memilih tempat kost di sekitar kawasan kampus Universitas Jember.

3.8 Definisi Operasional Variabel

Guna memberikan penyederhanaan dan pemahaman bahasan terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penulisan penelitian ini sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman bagi para pembaca, maka perlu disampaikan definisi operasional variabel sebagai berikut :

- a. *Kebersihan tempat kost* yaitu kebersihan yang terdapat pada tempat kost tersebut.
- b. *Jarak dari tempat kost ke kampus* adalah jarak antara tempat kost dan kampus tempat kuliah responden.
- c. *Jarak menuju tempat makan* yaitu jarak tempuh dari tempat kost menuju tempat makan.
- d. *Jaminan keamanan lokasi kost* yaitu pemberian jaminan keamanan di lokasi tempat kost.
- e. *Harga yang murah* adalah nilai sewa yang ditawarkan untuk tempat kost.
- f. *Image tempat kost* yaitu bentuk nilai atau *value* yang dimiliki tempat kost tersebut.
- g. *Banyaknya kamar yang tersedia* yaitu ketersediaan kamar yang ditawarkan.
- h. *Tipe pembayaran* yaitu tata cara yang diberlakukan untuk pembayaran kost.
- i. *Mencari suasana baru* yaitu keinginan mencoba hal yang baru.
- j. *Interior kamar* yaitu kelengkapan yang disediakan di dalam kamar kost.
- k. *Pengaruh teman* yaitu ajakan atau bujukan dari teman untuk memilih kost tersebut.
- l. *Kamar mandi* yaitu fasilitas kamar mandi yang diberikan.
- m. *Keramahan tetangga* yaitu sambutan tetangga di sekitar tempat kost.
- n. *Dekat dengan fasilitas umum* yaitu jangkauan yang relatif dekat dengan fasilitas umum.

o. *Suasana yang nyaman* yaitu kenyamanan yang ditawarkan pemilik kost.

p. *Tempat parkir* yaitu ketersediaan fasilitas parkir.

3.9 Teknik Pengukuran Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif yang menggunakan skala ordinal. Teknik pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan variabel yang akan diukur, kemudian variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen pernyataan atau pertanyaan (Sugiono, 2008:8). Dalam hal ini, responden diminta tanggapannya terhadap pernyataan yang diajukan melalui kuisioner.

Untuk setiap item kuisioner menggunakan kriteria penilaian sebagai berikut:

- | | |
|--------------------------------|-------------|
| 1. Jawaban sangat setuju | skornya : 5 |
| 2. Jawaban setuju | skornya : 4 |
| 3. Ragu-ragu | skornya : 3 |
| 4. Jawaban tidak setuju | skornya : 2 |
| 5. Jawaban sangat tidak setuju | skornya : 1 |

3.10 Metode Analisis Data

3.10.1 Uji Validitas

Instrumen yang valid adalah instrument yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2004:109). Bila peneliti menggunakan kuisioner dalam pengumpulan data penelitiannya, maka kuisioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukur. Suatu instrumen yang valid mempunyai tingkat validitas yang tinggi, sebaliknya apabila instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Untuk uji validitas digunakan rumus korelasi *Product Moment Pearson* berikut ini (Tika, 2006:66) :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

X = Skor setiap variabel

Y = Total skor semua variabel

r = Koefisien korelasi *Product Moment Pearson's*

Instrumen dikatakan valid apabila t hitung lebih besar (>) daripada t tabel. Selain itu juga dilihat dari nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid. Sebaliknya, jika nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka instrumen tersebut dapat dikatakan valid.

3.10.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji kemampuan suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukurannya diulangi dua kali atau lebih (Umar, 2000:176). Reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya. Dengan kata lain reliabilitas menunjukkan seberapa besar pengukuran kendali terhadap subyek yang sama.

Pengujian keandalan alat ukur dalam penelitian ini menggunakan reliabilitas metode alpha () yang digunakan adalah metode *cronbach* yakni (Nasution, 2001:23).

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - 1)r}$$

Keterangan :

= koefisien reliabilitas

r = koefisien rata-rata korelasi antar variabel

k = jumlah variabel bebas dalam persamaan

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menguji statistik *cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila variabel tersebut memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$

3.10.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan / menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum/generalisasi. Penggunaan teknik analisis ini untuk menggambarkan data lapangan secara deskriptif dengan cara menginterpretasikan hasil pengolahan lewat tabulasi yang berguna untuk mengungkapkan kecenderungan data nominal empirik. Hasil analisis deskriptif ini berguna untuk mendukung interpretasi terhadap hasil analisis yang digunakan.

Berikut rumus untuk menggambarkan data-data variabel penelitian pada analisis deskriptif :

$$\% = \frac{n}{N} \times 100 \%$$

Keterangan :

n = Jumlah skor jawaban responden

N = Jumlah seluruh skor ideal

$\%$ = Tingkat keberhasilan yang dicapai

3.10.4 Analisis Faktor

Analisis faktor merupakan nama umum yang menunjukkan suatu kelas prosedur, utamanya digunakan untuk mereduksi data atau meringkas, dari variabel yang banyak diubah menjadi sedikit variabel, misalnya dari 15 variabel yang lama diubah menjadi 4 atau 5 variabel baru yang disebut faktor dan masih memuat sebagian besar informasi yang terkandung dalam variabel asli (Supranto, 2004:114).

Metode analisis faktor yang digunakan untuk menganalisa data dalam penelitian ini adalah sebagian berikut (Malhotra,2003:646).

$$X_i = A_{i1}F_1 + A_{i2}F_2 + A_{i3}F_3 + \dots\dots\dots A_{im}F_m + V_iU_i$$

Keterangan :

X_i = variabel standar ke i

A_{ij} = koefisien multiple regresi dari variabel I pada common faktor j

F = faktor umum (common faktor)

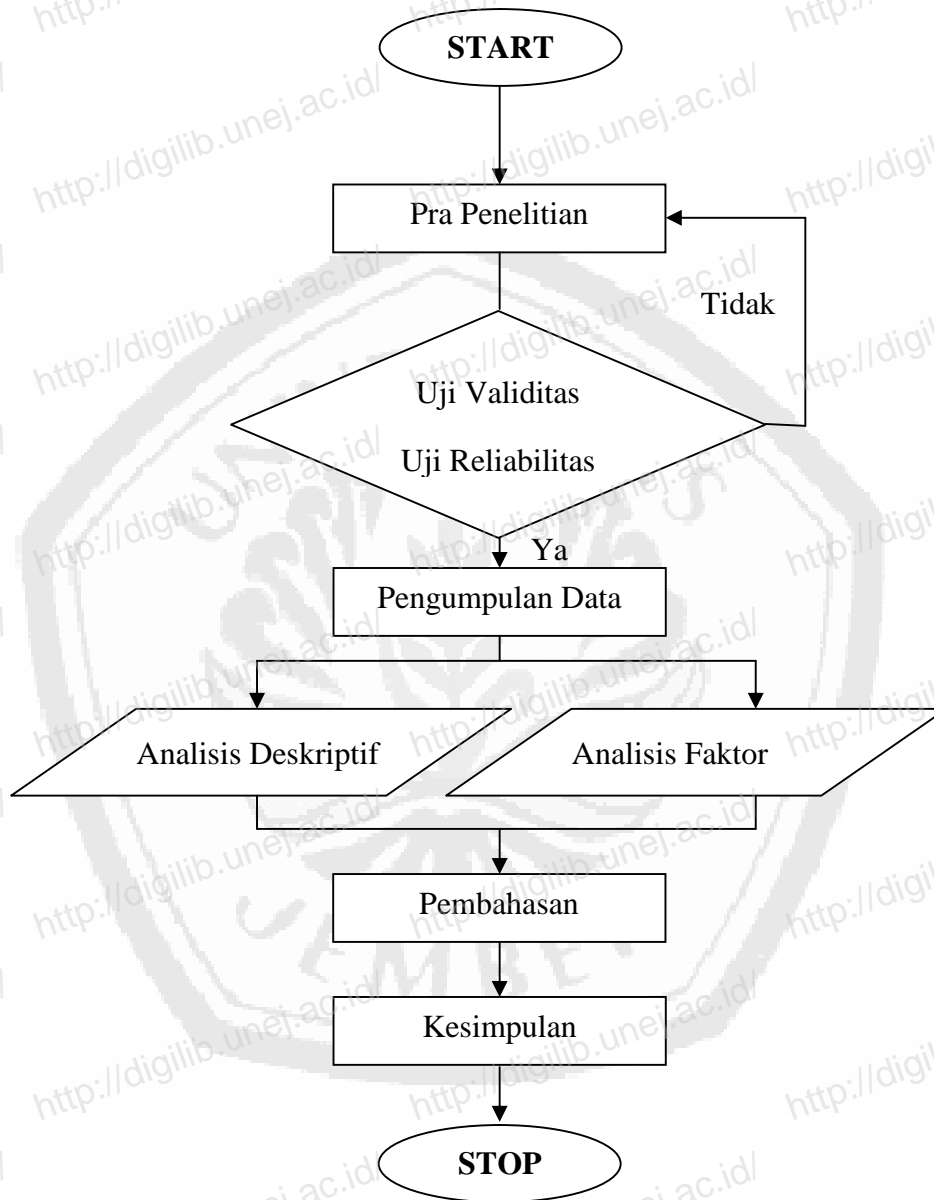
V_i = koefisien standarisasi regresi dari variabel I pada faktor khusus (unique)

U_i = faktor khusus bagi variabel i

M = jumlah faktor umum

3.11 Kerangka Pemecahan Masalah

Untuk mengetahui langkah-langkah penyelesaian dalam penelitian ini, dapat dijelaskan dalam Gambar 3.1 :



Gambar 5. Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan Kerangka Pemecahan Masalah :

- a. Start yaitu tahap persiapan atau tahap awal sebelum melakukan penelitian.

- b. Melakukan pra penelitian bertujuan untuk menguji validitas (kesahihan) dan reliabilitas (keandalan) instrumen yang akan dipakai dalam penelitian.
- c. Uji instrumen terdiri atas uji validitas dan reliabilitas yang bertujuan untuk menguji tingkat kesahihan dan keandalan data. jika data hasil uji dinyatakan sah dan andal, maka langkah selanjutnya adalah pengumpulan data. Jika data hasil uji dinyatakan tidak sah dan andal, maka kembali lagi pada langkah sebelumnya.
- d. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner.
- e. Melakukan analisis deskriptif dengan tujuan memberi gambaran atau pun penjelasan terhadap faktor-faktor hasil eksplorasi.
- f. Melakukan analisis faktor dengan tujuan untuk menemukan faktor-faktor baru yang mewakili variabel-variabel hasil eksplorasi
- g. Melakukan pembahasan hasil analisis.
- h. Menarik kesimpulan dan saran.
- i. Stop, merupakan akhir penelitian.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Wilayah Kabupaten Jember

Kabupaten Jember adalah kabupaten di Provinsi Jawa Timur, Indonesia yang beribukota di Jember. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Probolinggo dan Kabupaten Bondowoso di utara, Kabupaten Banyuwangi di timur, Samudra Hindia di selatan, dan Kabupaten Lumajang di barat. Jember memiliki luas 3.293,34 Km² dengan ketinggian antara 0 - 3.330 mdpl. Iklim Kabupaten Jember adalah tropis dengan kisaran suhu antara 23°C - 32°C. Bagian selatan wilayah Kabupaten Jember adalah dataran rendah dengan titik terluarnya adalah Pulau Barong. Pada kawasan ini terdapat Taman Nasional Meru Betiri yang berbatasan dengan wilayah administratif kabupaten Banyuwangi. Bagian barat laut (berbatasan dengan Kabupaten Probolinggo) adalah pegunungan, bagian dari Pegunungan Iyang, dengan puncaknya Gunung Argopuro (3.088 m). Bagian timur merupakan bagian dari rangkaian Dataran Tinggi Ijen. Jember memiliki beberapa sungai antara lain Sungai Bedadung yang bersumber dari Pegunungan Iyang di bagian Tengah, Sungai Mayang yang bersumber dari Pegunungan Raung di bagian timur, dan Sungai Bondoyudo yang bersumber dari Pegunungan Semeru di bagian barat.

Mayoritas penduduk Kabupaten Jember terdiri atas Suku Jawa dan Suku Madura, dan sebagian besar beragama Islam. Selain itu terdapat warga Tionghoa dan Suku Osing. Rata-rata penduduk Jember adalah masyarakat pendatang, Suku Madura dominan di Jember bertempat tinggal di daerah utara dan Suku Jawa bertempat tinggal di daerah selatan dan pesisir pantai. Bahasa Jawa dan Madura digunakan di banyak tempat, sehingga umum bagi masyarakat di Jember menguasai dua bahasa daerah tersebut dan juga saling pengaruh tersebut memunculkan beberapa ungkapan khas Jember. Percampuran kedua kebudayaan Jawa dan Madura di Kabupaten Jember melahirkan satu kebudayaan baru yang bernama budaya Pendalungan. Masyarakat Pendalungan di Jember mempunyai karakteristik yang unik sebagai hasil dari penetrasi kedua budaya tersebut. Jember

berpenduduk 2.329.929 jiwa dengan kepadatan rata-rata 707,47 jiwa/km².
(Sumber : BPS Jember 2011).

4.1.2 Gambaran Umum Wilayah Kampus Universitas Jember

Wilayah Universitas Jember berada di daerah sekitar kampus Universitas Jember di kelurahan tegalboto, kecamatan Sumpalsari, Kabupaten Jember, Propinsi Jawa Timur.

Batas wilayah Universitas Jember, yaitu ;

Sebelah Utara : Jl. Mastrip, Kelurahan Tegalsari

Sebelah Selatan : Jl. Jawa, Kelurahan Sumpalsari

Sebelah Barat : Jl. Kalimantan, Kelurahan Tegalboto

Sebelah Timur : Sungai Antirogo, Kelurahan Sumpalsari

Wilayah Kampus Universitas Jember memiliki luas wilayah sekitar 37,05 km² yang terdiri dari 3 Kelurahan yakni Kelurahan Sumpalsari, Tegalsari dan Tegalboto. Jumlah penduduk di sekitar wilayah kampus Universitas Jember sampai pada akhir 2011 adalah sebanyak 125.981 jiwa. (Sumber : BPS Jember 2011). Jumlah penduduk yang ada di sekitar wilayah kampus Universitas Jember menjadi padat karena selain Universitas Jember, juga ada kampus lain yang ada di wilayah tersebut. Universitas Muhammadiyah Jember yang berlokasi di jalan Karimata. Hal ini menyebabkan semakin besarnya potensi untuk membangun bisnis dibidang kost-kost-an. Karena wilayah tersebut merupakan pasar yang sangat potensial bagi pengusaha kost-kost-an.

Universitas Jember (UNEJ), adalah sebuah perguruan tinggi negeri yang terletak di kota Jember, sebuah kota berhawa tropis di bagian tenggara Propinsi Jawa Timur. Kampus UNEJ berada di kawasan hijau yang ramah lingkungan sehingga memberikan ketenangan dalam melaksanakan kegiatan akademik. Kota Jember sendiri berada di antara Kawah Ijen dan Gunung Bromo serta dikelilingi perkebunan yang sebagian besar ditanami tembakau, kopi, coklat dan tebu. Cikal bakal Universitas Jember berasal dari gagasan dr. R. Achmad bersama-sama dengan R. Th. Soengedi dan R. M. Soerachman yang bercita-cita mendirikan perguruan tinggi di Jember. Untuk mewujudkan cita-cita tersebut pada tanggal 1 April 1957, ketiganya membentuk panitia yang diberi nama Panitia Triumviraat

dengan komposisi Ketua dr. R. Achmad; Penulis R. Th. Soengedi, dan Bendahara R. M. Soerachman. Universitas Jember mempunyai tugas pokok yaitu menyelenggarakan pendidikan tinggi dan memberikan pendidikan berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia dengan cara ilmiah yang meliputi pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat untuk mengembangkan kemampuan serta meningkatkan mutu kehidupan dan martabat manusia Indonesia dalam upaya mewujudkan tujuan nasional.

Sampai dengan Tahun Akademik 2012/2013, Universitas Jember mempunyai 13 Fakultas dan 2 Program Studi setara Fakultas yang terdiri dari 11 Program Studi jenjang Diploma, 40 Program Studi jenjang S-1, dan 8 Program Studi jenjang S-2, dan 1 Program Studi jenjang S-3 yaitu:

- a. Fakultas Sastra ;
- b. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan ;
- c. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ;
- d. Fakultas Hukum ;
- e. Fakultas Ekonomi ;
- f. Fakultas Pertanian ;
- g. Fakultas Kedokteran Gigi ;
- h. Fakultas Teknologi Pertanian ;
- i. Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam ;
- j. Fakultas Teknik ;
- k. Fakultas Kedokteran ;
- l. Fakultas Kesehatan Masyarakat ;
- m. Fakultas Farmasi ;
- n. Program Studi Ilmu Keperawatan ;
- o. Program Studi Sistem Informasi ;
- p. Program Pasca Sarjana ;

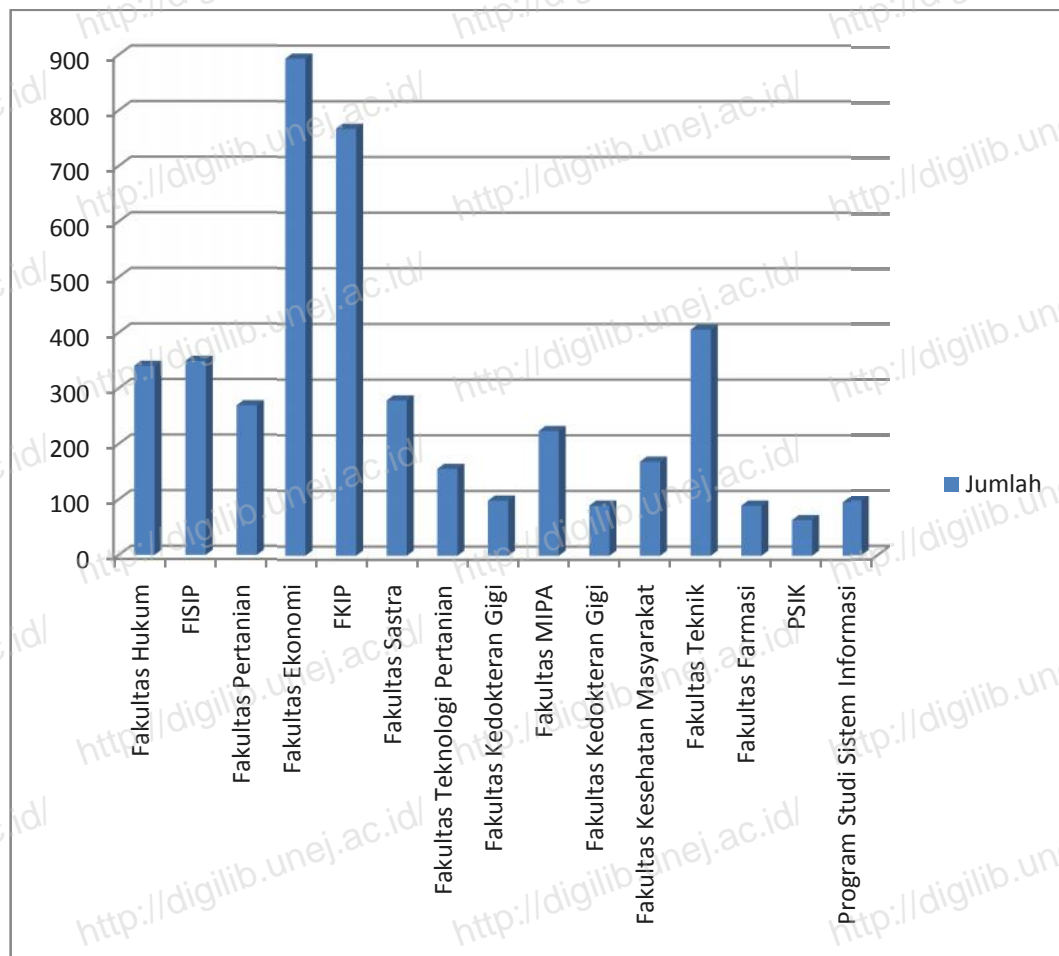
Setiap tahun, Universitas Jember menerima rata-rata 6.689 orang mahasiswa baru yang tersebar diberbagai fakultas. Setiap Fakultas dalam setiap tahunnya dapat menampung hingga mencapai hampir 1000 mahasiswa. Dari 15 fakultas yang dimiliki, Fakultas Ekonomi yang memiliki daya tampung paling besar per tahun yakni 893 Mahasiswa.

Berikut jumlah mahasiswa baru Universitas Jember (S1 dan Diploma) tahun akademik 2011/2012 :

Tabel 4.1 Jumlah Mahasiswa Baru Universitas Jember

No	Fakultas / Program Studi	Jumlah
1.	Fakultas Hukum	340
2.	FISIP	349
3.	Fakultas Pertanian	269
4.	Fakultas Ekonomi	893
5.	FKIP	767
6.	Fakultas Sastra	279
7.	Fakultas Teknologi Pertanian	156
8.	Fakultas Kedokteran Gigi	99
9.	FMIPA	224
10.	Fakultas Kedokteran	90
11.	Fakultas Kesehatan Masyarakat	169
12.	Fakultas Teknik	406
13.	Fakultas Farmasi	90
14.	Program Studi Ilmu Keperawatan	64
15.	Program Studi Sistem Informasi	96
TOTAL		4291

Sumber : Unit Pelayanan Teknis-TI Universitas Jember, 2012



Sumber : Unit Pelayanan Teknis-TI Universitas Jember, 2012.

Gambar 6. Garfik Jumlah Mahasiswa Baru Universitas Jember

Menurut data dari Unit Pelayanan Teknis-TI Universitas Jember, jumlah mahasiswa dalam kurun waktu 3 tahun terakhir (2009-2010-2011) sedikit mengalami penurunan mahasiswa di tahun 2011. Penurunan yang terjadi pada tahun 2010 menuju 2011 hampir mencapai di angka 36 %.

4.1.3 Perkembangan Bisnis Kost-Kost-an di Kota Jember

Bisnis kost-kost-an memang cukup menjanjikan, terlebih di kota-kota pelajar dan industri. Banyak pelajar, mahasiswa dan pegawai yang berasal dari luar daerah menjadikan pemilik kost-kost-an menikmati keuntungan darinya.

Usaha ini dapat dijalankan hanya dengan memanfaatkan kamar di rumah yang tidak lagi dipakai atau berpenghuni atau membangun rumah kost. Selain penghasilan yang terus mengalir setiap bulannya, sebagai usaha jangka panjang, pemilik kost-kost-an bisa menikmati keuntungan dari terus naiknya nilai tanah. Pengelolaan usaha kost-kost-an ini juga tidak begitu rumit.

Memang kebutuhan untuk rumah petak untuk disewakan pada kalangan berpenghasilan menengah ke bawah bisa jadi salah satu alternatif pemasukan bagi yang kebetulan mempunyai modal berupa sebidang tanah dan penembahan biaya bahan bangunan sederhana. Hal pertama untuk menentukan bagus tidaknya prospek bisnis rumah petak adalah lokasi yang menjadi penentu harga kost-kost-an. Lokasi strategis itu biasanya berada di wilayah perkantoran atau kampus. Tentunya rumah petak disewakan sebagai kost-kost-an dengan fasilitas yang lebih lengkap sehingga bisa disewakan dengan tarif mahal per kamar per bulan atau per tahun.

Kota Jember sendiri memiliki potensi yang sangat bagus karena memiliki beberapa Universitas yang mengakibatkan meningkatnya jumlah pengguna jasa kost-kost-an. Oleh karena itu perkembangan bisnis di bidang kost-kost-an ini merupakan sebuah peluang bisnis yang sangat bagus.

Dalam 3 tahun terakhir ini, dapat dilihat bahwa bisnis kost-kost-an dapat dikatakan berkembang. Karena semakin meningkatnya jumlah kost-kost-an di kota Jember ini khususnya yang berada di sekitar kampus Universitas Jember ini. Perkembangan bisnis kost-kost-an dalam 3 tahun terakhir ini dapat dilihat dari tabel 4.2. :

Tabel 4.2. Perkembangan Bisnis Kost-kost-an

	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011
Jumlah kost-kost-an	1018 unit	1207 unit	1349 unit

Sumber: Data diolah, 2012

Tabel 4.2. menunjukkan perkembangan bisnis kost-kost-an dalam 3 tahun terakhir. Dapat dilihat bahwa rata-rata perkembangan setiap tahunnya adalah sebesar 200 unit kost-kost-an.

4.1.4. Karakteristik Responden

Dalam karakteristik responden ini akan dijelaskan tentang gambaran responden sebagai upaya untuk mendukung serta melengkapi hasil dari analisis data. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang berdomisili di kawasan kampus Universitas Jember. Kawasan kampus Universitas Jember terdiri dari beberapa Lokasi, yaitu Jalan Jawa, Kalimantan, Sumatera, Mastrip, Bangka, Belitung, Riau, dan Karimata. Data mengenai karakteristik responden mencakup data usia, jenis kelamin, kota asal, dan fakultas. Secara rinci data-data tersebut akan dijabarkan sebagai berikut:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan salah satu faktor yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkatan usia responden dalam penelitian ini. Pada Tabel 4.3. berikut akan dijelaskan tentang karakteristik responden berdasarkan usia.

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Range Usia	Jumlah	Persentase
1.	Usia 18-19 tahun	94	94%
2.	Usia 20 tahun keatas	6	6%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2012

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, responden yang telah terpilih yaitu usia 18-19 tahun berjumlah 94 orang, dan usia 20 tahun keatas berjumlah hanya 6 orang. Apabila dipersentasekan dengan jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini, maka usia 18-19 tahun sebanyak 94 %, dan pada usia 20 tahun keatas sebanyak 6%. Reponden yang paling banyak adalah berusia 18-19 tahun yakni sebanyak 94 orang atau 94% dari total seluruh responden.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Kota Asal

Kota asal dari para responden bermacam-macam, mulai dari kota jember itu sendiri, bahkan kota-kota di sekitar kota Jember, seperti Bondowoso,

Banyuwangi, Situbondo, dan sebagainya. Pada Tabel 4.4. berikut akan dijelaskan tentang karakteristik responden berdasarkan kota asal:

Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Kota Asal

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Jember	9	9 %
2.	Banyuwangi	24	24 %
3.	Bondowoso	12	12 %
4.	Situbondo	29	29 %
5.	Lumajang	8	8 %
6.	Probolinggo	4	4 %
7.	Gresik	2	2 %
8.	Tulungagung	1	1 %
9.	Nganjuk	2	2 %
10.	Surabaya	3	3 %
11.	Kediri	1	1 %
12.	Pasuruan	2	2 %
13.	Malang	3	3 %
Total		100	100 %

Sumber: Data diolah, 2012

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti terhadap 100 responden, dapat diketahui bahwa responden berasal dari daerah yang bervariasi, antara lain Jember sebanyak 9 orang atau 9%, Banyuwangi sebanyak 24 orang atau 24%, Bondowoso sebanyak 12 orang atau 12%, Situbondo sebanyak 29 orang atau 29%, Lumajang sebanyak 8 orang atau 8%, Probolinggo sebanyak 4 orang atau 4%, Gresik sebanyak 2 orang atau 2%, Tulungagung sebanyak 1 orang atau 1%, Nganjuk sebanyak 2 orang atau 2%, Surabaya sebanyak 3 orang atau 3%, Kediri sebanyak 1 orang atau 1%, Pasuruan sebanyak 2 orang atau 2% dan dari Malang sebanyak 3 orang atau 3%. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa Mahasiswa yang berasal dari kota Situbondo merupakan responden yang paling banyak menjadi responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 29 orang.

c. **Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas**

Responden dalam penelitian ini terdiri dari berbagai fakultas di Universitas Jember. Tabel 4.5. berikut menggambarkan tentang karakteristik responden berdasarkan fakultas :

Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

No.	Fakultas	Jumlah	Persentase
1.	Ekonomi	21	21%
2.	Sastra	8	8%
3.	FKIP	12	12%
4.	Farmasi	1	1%
5.	Kedokteran Umum	8	8%
6.	Kedokteran Gigi	11	11%
7.	Kesehatan Masyarakat	5	5%
8.	MIPA	7	7%
9.	Ilmu Sosial dan Politik	9	9%
10.	Pertanian	6	6%
11.	Teknik	2	2%
12.	Hukum	10	10%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2012

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti terhadap 100 responden, dapat diketahui bahwa responden berasal dari fakultas yang bervariasi, antara lain Fakultas Ekonomi sebanyak 21 orang atau 21%, Sastra sebanyak 8 orang atau 8%, FKIP sebanyak 12 orang atau 12%, Farmasi sebanyak 1 orang atau 1%, Kedokteran Umum sebanyak 8 orang atau 8%, Kedokteran Gigi sebanyak 11 orang atau 11%, Kesehatan Masyarakat sebanyak 5 orang atau 5%, MIPA sebanyak 7 orang atau 7%, Ilmu Sosial dan Politik sebanyak 9 orang atau 9%, Pertanian sebanyak 6 orang atau 6%, Teknik sebanyak 2 orang atau 2%, dan Hukum sebanyak 10 orang atau 10%. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa Mahasiswa yang berasal dari Fakultas Ekonomi merupakan responden yang paling banyak menjadi responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 21 orang atau 21%..

4.2. Uji Instrumen

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah sejauh mana suatu alat pengukuran itu mengukur apa yang ingin diukur (Umar, 2004:103). Uji validitas data bertujuan untuk

mengetahui kevalitan data yang diperoleh dari penyebaran kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner (Ghozali, 2005:45).

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan *Pearson Correlation* dan menggunakan teknik *Product Moment* yaitu skor tiap item dikorelasikan dengan skor total, kemudian dibandingkan dengan angka kritis pada taraf signifikansi 5% dan pada baris *df* (*degree of freedom*) $N = 100$ sehingga diperoleh nilai r_{tabel} 0,195. Jadi apabila nilai *Pearson Correlation* atau r_{hitung} lebih besar dari angka kritis r_{tabel} sebesar 0,195, maka pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid. Variabel bebas (*independent variable*) yang diuji validitasnya dalam penelitian ini adalah:

- a. Kebersihan tempat kost (X_1)
- b. Jarak dari tempat kost ke kampus (X_2)
- c. Jarak menuju tempat makan (X_3)
- d. Jaminan keamanan lokasi kost (X_4)
- e. Harga yang murah (X_5)
- f. Image tempat kost (X_6)
- g. Banyaknya kamar yang tersedia (X_7)
- h. Tipe pembayaran (X_8)
- i. Mencari suasana baru (X_9)
- j. Interior kamar (X_{10})
- k. Pengaruh teman (X_{11})
- l. Kamar mandi (X_{12})
- m. Keramahan tetangga (X_{13})
- n. Dekat dengan fasilitas umum (X_{14})
- o. Suasana yang nyaman (X_{15})
- p. Tempat parkir (X_{16})

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program analisis *IBM SPSS Statistics 16.0*. Hasil pengujian validitas untuk masing-masing variabel bebas dan variabel terikat dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6. Hasil Validitas *Independent Variable*

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
X ₁	0,439	0,195	Valid
X ₂	0,534	0,195	Valid
X ₃	0,599	0,195	Valid
X ₄	0,119	0,195	Tidak Valid
X ₅	0,429	0,195	Valid
X ₆	0,304	0,195	Valid
X ₇	0,503	0,195	Valid
X ₈	0,428	0,195	Valid
X ₉	0,502	0,195	Valid
X ₁₀	0,459	0,195	Valid
X ₁₁	0,478	0,195	Valid
X ₁₂	0,214	0,195	Valid
X ₁₃	0,594	0,195	Valid
X ₁₄	0,543	0,195	Valid
X ₁₅	0,398	0,195	Valid
X ₁₆	0,292	0,195	Valid

Sumber: Data diolah, 2012

Berdasarkan Tabel 4.6. diatas dapat diketahui bahwa variabel X₁, X₂, X₃, X₅, X₆, X₇, X₈, X₉, X₁₀, X₁₁, X₁₂, X₁₃, X₁₄, X₁₅, dan X₁₆ memiliki nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} , maka variabel-variabel tersebut dapat dinyatakan valid. Sedangkan variabel X₄ memiliki nilai r_{hitung} yang lebih kecil daripada r_{tabel} , maka variabel X₄ dinyatakan tidak valid. Jadi variabel X₄ harus dihilangkan dalam analisis selanjutnya

4.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa suatu instrument cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Uji reliabilitas menggunakan *crobach's alpha*, suatu instrument dikatakan reliabel apabila *crobach's alpha* lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2005:42). Nilai *crobach's alpha* pada penelitian ini diperoleh dengan

menggunakan bantuan program komputer *IBM SPSS Statistics 16.0*. Tabel 4.7. menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk seluruh variabel bebas dalam penelitian:

Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas *Independent Variable*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,712	16

Sumber: Data diolah, 2012

Hasil uji reliabilitas untuk variabel bebas (*independent variable*) pada tabel 4.7. di atas menunjukkan bahwa data yang diperoleh bersifat reliabel karena angka *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 ($r > 0,6$) yakni 0,712, sehingga data yang diperoleh dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

4.3. Hasil Analisis Data

4.3.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

a. Deskriptif variabel kebersihan tempat kost terhadap pemilihan tempat kost

Hasil data yang terkumpul dari jawaban responden pada variabel kebersihan tempat kost terhadap pemilihan tempat kost dapat digambarkan pada Tabel 4.8. :

Tabel 4.8. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kebersihan Tempat Kost

Skor	X ₁	
	Q	%
5	63	63%
4	26	26%
3	6	6%
2	5	5%
1	0	0%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah,2012

Variabel pertama yang mempengaruhi keputusan pemilihan *tempat kost* adalah variabel kebersihan tempat kost. 63% responden menyatakan sangat setuju jika kebersihan tempat kost menjadi faktor penting dalam pemilihan tempat kost, 26% menyatakan setuju, 6% menyatakan ragu-ragu dan 5% tidak setuju. Dapat diketahui bahwa kebersihan tempat kost menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan tempat kost.

b. Deskriptif variabel jarak dari tempat kost ke kampus terhadap pemilihan tempat kost

Hasil data yang terkumpul dari jawaban responden pada variabel jarak dari tempat kost ke kampus terhadap pemilihan tempat kost dapat digambarkan pada Tabel 4.9. :

Tabel 4.9. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Jarak dari Tempat Kost ke Kampus

Skor	X ₂	
	Q	%
5	49	49%
4	33	33%
3	4	4%
2	5	5%
1	9	9%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah,2012

Variabel kedua yang mempengaruhi keputusan pemilihan *tempat kost* adalah variabel jarak dari tempat kost ke kampus. 49% responden menyatakan sangat setuju jika jarak dari tempat kost ke kampus menjadi faktor penting dalam pemilihan tempat kost, 33% menyatakan setuju, 4% menyatakan ragu-ragu, 5% tidak setuju, dan 9% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat diketahui bahwa jarak dari tempat kost ke kampus menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan tempat kost.

c. Deskriptif variabel jarak menuju tempat makan terhadap pemilihan tempat kost

Hasil data yang terkumpul dari jawaban responden pada variabel jarak menuju tempat makan terhadap pemilihan tempat kost dapat digambarkan pada Tabel 4.10. :

Tabel 4.10. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Jarak Menuju Tempat Makan

Skor	X ₃	
	Q	%
5	52	52%
4	33	33%
3	3	3%
2	6	6%
1	6	6%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah,2012

Variabel ketiga yang mempengaruhi keputusan pemilihan *tempat kost* adalah variabel jarak menuju tempat makan. 52% responden menyatakan sangat setuju jika jarak dari tempat kost ke kampus menjadi faktor penting dalam pemilihan tempat kost, 33% menyatakan setuju, 3% menyatakan ragu- ragu, 6% tidak setuju, dan 6% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat diketahui bahwa jarak menuju tempat makan menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan tempat kost.

d. Deskriptif variabel jaminan keamanan lokasi kost terhadap pemilihan tempat kost

Hasil data yang terkumpul dari jawaban responden pada variabel jaminan keamanan lokasi kost terhadap pemilihan tempat kost dapat digambarkan pada Tabel 4.11 :

Tabel 4.11. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Jaminan Keamanan Lokasi

Kost

Skor	X ₄	
	Q	%
5	61	61%
4	31	31%
3	3	3%
2	5	5%
1	0	0%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah,2012

Variabel keempat yang mempengaruhi keputusan pemilihan *tempat kost* adalah variabel jaminan keamanan lokasi kost. 61% responden menyatakan sangat setuju jika jaminan keamanan lokasi kost menjadi faktor penting dalam pemilihan tempat kost, 31% menyatakan setuju, 3% menyatakan ragu- ragu dan 5% tidak setuju. Dapat diketahui bahwa jaminan keamanan lokasi kost menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan tempat kost.

e. Deskriptif variabel harga yang murah terhadap pemilihan tempat kost

Hasil data yang terkumpul dari jawaban responden pada variabel harga yang murah terhadap pemilihan tempat kost dapat digambarkan pada Tabel 4.12. :

Tabel 4.12. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Harga yang Murah

Skor	X ₅	
	Q	%
5	66	66%
4	23	23%
3	4	4%
2	4	4%
1	3	3%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah,2012

Variabel kelima yang mempengaruhi keputusan pemilihan *tempat kost* adalah variabel harga yang murah. 66% responden menyatakan sangat setuju jika harga yang murah menjadi faktor penting dalam pemilihan tempat kost, 23% menyatakan setuju, 4% menyatakan ragu- ragu, 4% tidak setuju, dan 3% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat diketahui bahwa harga yang murah menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan tempat kost.

f. Deskriptif variabel image tempat kost terhadap pemilihan tempat kost

Hasil data yang terkumpul dari jawaban responden pada variabel image tempat kost terhadap pemilihan tempat kost dapat digambarkan pada Tabel 4.13. :

Tabel 4.13. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Image Tempat Kost

Skor	X ₆	
	Q	%
5	59	59%
4	30	30%
3	3	3%
2	6	6%
1	0	0%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah,2012

Variabel keenam yang mempengaruhi keputusan pemilihan *tempat kost* adalah variabel image tempat kost. 59% responden menyatakan sangat setuju jika jaminan image tempat kost menjadi faktor penting dalam pemilihan tempat kost, 30% menyatakan setuju, 3% menyatakan ragu- ragu dan 6% tidak setuju. Dapat diketahui bahwa image tempat kost menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan tempat kost.

g. Deskriptif variabel banyaknya kamar yang tersedia terhadap pemilihan tempat kost

Hasil data yang terkumpul dari jawaban responden pada variabel banyaknya kamar yang tersedia terhadap pemilihan tempat kost dapat digambarkan pada Tabel 4.14. :

Tabel 4.14. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Banyaknya Kamar yang Tersedia

Skor	X ₇	
	Q	%
5	57	57%
4	29	29%
3	3	3%
2	6	6%
1	5	5%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah,2012

Variabel ketujuh yang mempengaruhi keputusan pemilihan *tempat kost* adalah variabel banyaknya kamar yang tersedia. 57% responden menyatakan sangat setuju jika banyaknya kamar yang tersedia menjadi faktor penting dalam pemilihan tempat kost, 29% menyatakan setuju, 3% menyatakan ragu- ragu, 6% tidak setuju, dan 5% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat diketahui bahwa banyaknya kamar yang tersedia menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan tempat kost.

h. Deskriptif variabel tipe pembayaran terhadap pemilihan tempat kost

Hasil data yang terkumpul dari jawaban responden pada variabel tipe pembayaran terhadap pemilihan tempat kost dapat digambarkan pada Tabel 4.15. :

Tabel 4.15. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Tipe Pembayaran

Skor	X ₈	
	Q	%
5	86	86%
4	7	7%
3	2	2%
2	5	5%
1	0	0%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah,2012

Variabel kedelapan yang mempengaruhi keputusan pemilihan *tempat kost* adalah variabel tipe pembayaran. 86% responden menyatakan sangat setuju jika jaminan tipe pembayaran menjadi faktor penting dalam pemilihan tempat kost, 7% menyatakan setuju, 2% menyatakan ragu- ragu dan 5% tidak setuju. Dapat diketahui bahwa tipe pembayaran menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan tempat kost.

i. Deskriptif variabel mencari suasana baru terhadap pemilihan tempat kost

Hasil data yang terkumpul dari jawaban responden pada variabel mencari suasana baru terhadap pemilihan tempat kost dapat digambarkan pada Tabel 4.16. :

Tabel 4.16. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Mencari Suasana Baru

Skor	X ₉	
	Q	%
5	47	47%
4	41	41%
3	3	3%
2	4	4%
1	5	5%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah,2012

Variabel kesembilan yang mempengaruhi keputusan pemilihan *tempat kost* adalah variabel mencari suasana baru. 47% responden menyatakan sangat

setuju jika mencari suasana baru menjadi faktor penting dalam pemilihan tempat kost, 41% menyatakan setuju, 3% menyatakan ragu- ragu, 4% tidak setuju, dan 5% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat diketahui bahwa mencari suasana baru menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan tempat kost.

j. Deskriptif variabel interior kamar terhadap pemilihan tempat kost

Hasil data yang terkumpul dari jawaban responden pada variabel mencari suasana baru terhadap pemilihan tempat kost dapat digambarkan pada Tabel 4.17. :

Tabel 4.17. Hasil Analisis Deskriptif Variabel interior kamar

Skor	X ₁₀	
	Q	%
5	71	71%
4	22	22%
3	3	3%
2	4	4%
1	0	0%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah,2012

Variabel kesepuluh yang mempengaruhi keputusan pemilihan *tempat kost* adalah variabel interior kamar. 71% responden menyatakan sangat setuju jika interior kamar menjadi faktor penting dalam pemilihan tempat kost, 22% menyatakan setuju, 4% menyatakan ragu- ragu dan 4% tidak setuju. Dapat diketahui bahwa interior kamar menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan tempat kost.

k. Deskriptif variabel pengaruh teman terhadap pemilihan tempat kost

Hasil data yang terkumpul dari jawaban responden pada variabel pengaruh teman terhadap pemilihan tempat kost dapat digambarkan pada Tabel 4.18. :

Tabel 4.18. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Pengaruh Teman

Skor	X ₁₁	
	Q	%
5	56	56%
4	37	37%
3	3	3%
2	4	4%
1	0	0%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah,2012

Variabel kesebelas yang mempengaruhi keputusan pemilihan *tempat kost* adalah variabel pengaruh teman. 56% responden menyatakan sangat setuju jika pengaruh teman menjadi faktor penting dalam pemilihan tempat kost, 37% menyatakan setuju, 3% menyatakan ragu- ragu dan 4% tidak setuju. Dapat diketahui bahwa pengaruh teman menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan tempat kost.

I. Deskriptif variabel kamar mandi terhadap pemilihan tempat kost

Hasil data yang terkumpul dari jawaban responden pada variabel kamar mandi terhadap pemilihan tempat kost dapat digambarkan pada Tabel 4.19. :

Tabel 4.19. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kamar Mandi

Skor	X ₁₂	
	Q	%
5	51	51%
4	41	41%
3	3	3%
2	5	5%
1	1	1%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah,2012

Variabel kedua belas yang mempengaruhi keputusan pemilihan *tempat kost* adalah variabel kamar mandi. 51% responden menyatakan sangat

setuju jika kamar mandi menjadi faktor penting dalam pemilihan tempat kost, 41% menyatakan setuju, 3% menyatakan ragu-ragu, 5% tidak setuju, dan 1% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat diketahui bahwa kamar mandi menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan tempat kost.

m. Deskriptif variabel keramahan tetangga terhadap pemilihan tempat kost

Hasil data yang terkumpul dari jawaban responden pada variabel keramahan tetangga terhadap pemilihan tempat kost dapat digambarkan pada Tabel 4.20. :

Tabel 4.20. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keramahan Tetangga

Skor	X ₁₃	
	Q	%
5	42	42%
4	45	45%
3	4	4%
2	6	6%
1	3	3%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah,2012

Variabel ketiga belas yang mempengaruhi keputusan pemilihan *tempat kost* adalah variabel keramahan tetangga. 42% responden menyatakan sangat setuju jika keramahan tetangga menjadi faktor penting dalam pemilihan tempat kost, 45% menyatakan setuju, 4% menyatakan ragu-ragu, 6% tidak setuju, dan 3% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat diketahui bahwa keramahan tetangga menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan tempat kost.

n. Deskriptif variabel dekat dengan fasilitas umum terhadap pemilihan tempat kost

Hasil data yang terkumpul dari jawaban responden pada variabel dekat dengan fasilitas umum terhadap pemilihan tempat kost dapat digambarkan pada Tabel 4.21. :

Tabel 4.21. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Dekat Dengan Fasilitas Umum

Skor	X ₁₄	
	Q	%
5	54	54%
4	29	29%
3	4	4%
2	5	5%
1	8	8%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah,2012

Variabel keempat belas yang mempengaruhi keputusan pemilihan *tempat kost* adalah variabel dekat dengan fasilitas umum. 54% responden menyatakan sangat setuju jika dekat dengan fasilitas umum menjadi faktor penting dalam pemilihan tempat kost, 29% menyatakan setuju, 4% menyatakan ragu- ragu, 5% tidak setuju, dan 8% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat diketahui bahwa dekat dengan fasilitas umum menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan tempat kost.

o. Deskriptif variabel suasana yang nyaman terhadap pemilihan tempat kost

Hasil data yang terkumpul dari jawaban responden pada variabel suasana yang nyaman terhadap pemilihan tempat kost dapat digambarkan pada Tabel 4.22. :

Tabel 4.22. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Suasana yang Nyaman

Skor	X ₁₅	
	Q	%
5	78	78%
4	14	14%
3	2	2%
2	3	3%
1	3	3%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah,2012

Variabel kelima belas yang mempengaruhi keputusan pemilihan *tempat kost* adalah variabel suasana yang nyaman. 78% responden menyatakan sangat setuju jika suasana yang nyaman menjadi faktor penting dalam pemilihan tempat kost, 14% menyatakan setuju, 2% menyatakan ragu-ragu, 3% tidak setuju, dan 3% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat diketahui bahwa suasana yang nyaman menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan tempat kost.

p. Deskriptif variabel tempat parkir terhadap pemilihan tempat kost

Hasil data yang terkumpul dari jawaban responden pada variabel tempat parkir terhadap pemilihan tempat kost dapat digambarkan pada Tabel 4.23. :

Tabel 4.23. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Tempat Parkir

Skor	X ₁₆	
	Q	%
5	75	75%
4	18	18%
3	2	2%
2	5	5%
1	0	0%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah,2012

Variabel keenam belas yang mempengaruhi keputusan pemilihan *tempat kost* adalah variabel tempat parkir. 75% responden menyatakan sangat setuju jika tempat parkir menjadi faktor penting dalam pemilihan tempat kost, 18% menyatakan setuju, 2% menyatakan ragu-ragu dan 5% tidak setuju. Dapat diketahui bahwa tempat parkir menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan tempat kost.

4.3.2. Analisis Faktor

Analisis faktor digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih tempat kost di kawasan Kampus Unej.

a. Menilai Variabel Yang Layak

1. Untuk menguji ketepatan dalam model faktor, uji statistic yang digunakan adalah KMO dan *Barlett's Test of Sphericity* atau MSA. Syarat yang harus dipenuhi dalam melakukan analisis faktor adalah angka *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) adalah 0,655 dan nilai Chi-Square sebesar 347,444 dengan derajat kebebasan (df) sebesar 105 dengan tingkat signifikansi 0,000 Oleh karena angka MSA diatas 0,5 maka kumpulan variabel tersebut dapat diproses lebih lanjut seperti terlihat pada Tabel 4.24. :

Tabel 4.24. KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,655
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square of df	347,444
	Sig.	,000

Sumber: Data diolah, 2012

2. Anti Image Matrices

Dari tabel *Anti Image Correlation* (bagian bawah tabel *Anti Image Matrices*) terdapat sejumlah angka yang membentuk diagonal, yang bertanda "a". Tanda "a" ini menunjukkan besaran *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) sebuah variabel. Angka MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) berkisar antara 0-1, dengan kriteria (Santoso, 2002:101) :

- a) $MSA = 1$; variabel tersebut dapat diprediksi tanda kesalahan.
- b) $MSA > 0,5$; variabel tersebut masih bisa diprediksi dan dianalisis lebih lanjut.
- c) $MSA < 0,5$; variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut atau dikeluarkan dari variabel lainnya.

Variabel X_4 sudah tidak dimasukkan ke dalam analisis faktor, hal ini dikarenakan variabel tersebut tidak valid dalam uji validitas yang dilakukan sebelumnya. Hasil pengujian *Anti-image Correlation* dengan program SPSS disajikan dalam Tabel 4.25.

Tabel 4.25. Hasil Pengujian I (*Anti-image Correlation*)

Variabel	Angka MSA	Kriteria MSA	Keterangan
X_1	0,691	$> 0,5$	Baik
X_2	0,758	$> 0,5$	Baik
X_3	0,777	$> 0,5$	Baik
X_5	0,729	$> 0,5$	Baik
X_6	0,426	$< 0,5$	Tidak Baik
X_7	0,738	$> 0,5$	Baik
X_8	0,624	$> 0,5$	Baik
X_9	0,596	$> 0,5$	Baik
X_{10}	0,575	$> 0,5$	Baik
X_{11}	0,622	$> 0,5$	Baik
X_{12}	0,653	$> 0,5$	Baik
X_{13}	0,719	$> 0,5$	Baik
X_{14}	0,706	$> 0,5$	Baik
X_{15}	0,571	$> 0,5$	Baik
X_{16}	0,509	$> 0,5$	Baik

Sumber: Data diolah, 2012

Berdasarkan hasil pengujian *Anti-image Correlation* yang dibantu oleh program SPSS, terdapat satu variabel yang memiliki nilai $MSA < 0,5$. Ketentuannya variabel tersebut harus dibuang dan dilakukan pengujian ulang. Dalam hal ini variabel X_6 yang tidak masuk dalam kriteria, maka variabel X_6 dihilangkan dalam pengujian selanjutnya. Hasil pengujian *Anti-image Correlation* kedua disajikan dalam Tabel 4.26.

Tabel 4.26. Hasil Pengujian II (*Anti-image Correlation*)

Variabel	Angka MSA	Kriteria MSA	Keterangan
X ₁	0,685	> 0,5	Baik
X ₂	0,752	> 0,5	Baik
X ₃	0,785	> 0,5	Baik
X ₅	0,732	> 0,5	Baik
X ₇	0,758	> 0,5	Baik
X ₈	0,634	> 0,5	Baik
X ₉	0,625	> 0,5	Baik
X ₁₀	0,565	> 0,5	Baik
X ₁₁	0,662	> 0,5	Baik
X ₁₂	0,654	> 0,5	Baik
X ₁₃	0,712	> 0,5	Baik
X ₁₄	0,726	> 0,5	Baik
X ₁₅	0,627	> 0,5	Baik
X ₁₆	0,498	< 0,5	Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2012

Berdasarkan hasil pengujian *Anti-image Correlation* yang dibantu oleh program SPSS, masih terdapat satu variabel yang memiliki nilai MSA < 0,5. Ketentuannya variabel tersebut harus dibuang dan dilakukan pengujian ulang. Dalam hal ini variabel X₁₆ yang tidak masuk dalam kriteria, maka variabel X₁₆ dihilangkan dalam pengujian selanjutnya. Hasil pengujian *Anti-image Correlation* ketiga disajikan dalam Tabel 2.27.

Tabel 4.27. Hasil Pengujian III (*Anti-image Correlation*)

Variabel	Angka MSA	Kriteria MSA	Keterangan
X ₁	0,732	> 0,5	Baik
X ₂	0,752	> 0,5	Baik
X ₃	0,768	> 0,5	Baik
X ₅	0,681	> 0,5	Baik
X ₇	0,772	> 0,5	Baik
X ₈	0,626	> 0,5	Baik
X ₉	0,712	> 0,5	Baik
X ₁₀	0,655	> 0,5	Baik
X ₁₁	0,681	> 0,5	Baik
X ₁₂	0,596	> 0,5	Baik
X ₁₃	0,715	> 0,5	Baik
X ₁₄	0,718	> 0,5	Baik
X ₁₅	0,609	> 0,5	Baik

Sumber: Data diolah, 2012

b. Menentukan Jumlah Faktor

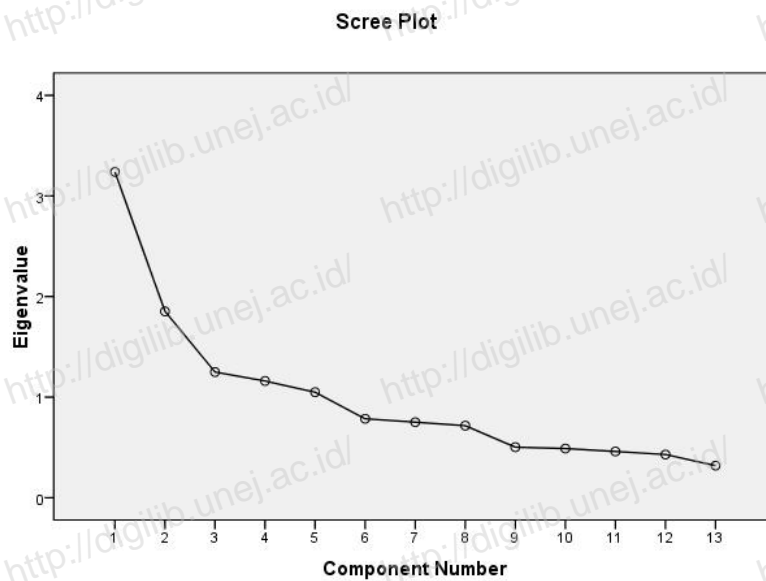
Penentuan jumlah faktor pada penelitian ini didasarkan pada nilai *Eigenvalue* dengan kriteria nilai *Eigenvalue* lebih besar dari 1 dianggap valid dan jumlah faktor yang terbentuk. Berikut dapat dilihat pada Tabel 4.28.

Tabel 4.28. Total Variance Explaine

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,239	24,914	24,915
2	1,853	14,250	39,165
3	1,249	9,610	48,775
4	1,160	8,925	57,700
5	1,049	8,067	65,768
6	,785	6,036	71,804
7	,751	5,777	77,580
8	,716	5,508	83,088
9	,502	3,864	86,952
10	,488	3,757	90,708
11	,460	3,535	94,244
12	,429	3,304	97,547
13	,319	2,453	100,000

Sumber: Data diolah, 2012

Berdasarkan Tabel 4.28. diatas, menunjukkan bahwa hanya terdapat 5 faktor saja yang memiliki nilai *Eigenvalue* > 1. Faktor pertama memiliki nilai *Eigenvalue* sebesar 3,239; faktor kedua memiliki nilai *Eigenvalue* sebesar 1,853; faktor ketiga memiliki nilai *Eigenvalue* sebesar 1,249; faktor keempat memiliki nilai *Eigenvalue* sebesar 1,160; dan faktor kelima memiliki nilai *Eigenvalue* sebesar 1,049. Jadi dari 13 variabel yang ada, hanya terbentuk 5 faktor saja yang mewakilinya.



Sumber: Data diolah, 2012

Gambar 7. Grafik Scree Plot

Berdasarkan Gambar 7. diatas, dapat dilihat bahwa dari 13 variabel yang ada, hanya ada 5 yang nilainya diatas 1. Component 1 sampai 5 memiliki nilai diatas 1. Component 1 memiliki *eigenvalue* sebesar 3,239, component 2 memiliki *eigenvalue* sebesar 1,853, component 3 memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,249, component 4 memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,160, dan component 5 memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,049. Sedangkan component 6 sampai 13 memiliki nilai *eigenvalue* lebih kecil dari 1 sehingga dari 13 variabel hanya terbentuk menjadi 5 faktor.

c. Rotasi Faktor

Setelah diketahui jumlah faktor baru yang terbentuk berdasarkan tabel *Variance Explained* dari 13 variabel yang diteliti terdapat 5 faktor baru yang terbentuk mewakili variabel-variabel tersebut. Pada Tabel 4.2 *Component Matrix*^a dibawah ini menunjukkan distribusi 13 variabel pada 5 faktor yang terbentuk. Angka-angka yang tercantum pada tabel tersebut adalah *faktor loading* yang menunjukkan besar korelasi antara satu variabel dengan variabel baru yang terbentuk. Proses penentuan variabel tertentu akan dimasukkan kedalam faktor yang mana, hal ini dilakukan dengan melihat nilai faktor *loading* yang tercantum

dalam tabel. Variabel tertentu tersebut akan dimasukkan ke faktor tertentu jika nilai faktor loading pada faktor tertentu tersebut menunjukkan nilai tertinggi diantara nilai faktor loading variabel tersebut terhadap faktor baru yang terbentuk. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.29. :

Tabel 4.29. *Component Matrix*^a

	Component				
	1	2	3	4	5
X1	,032	,325	-,016	,033	,721
X2	,723	,050	,221	,062	-,144
X3	,612	,377	,069	-,278	,247
X5	-,056	,306	,684	,204	,068
X7	,336	,440	,152	-,408	,268
X8	,222	-,026	,830	,056	-,050
X9	,398	,540	-,056	,178	-,122
X10	,206	,152	,117	,747	,080
X11	-,145	,735	,272	,197	,100
X12	-,137	,092	,105	,736	,060
X13	,417	,014	,420	-,181	,297
X14	,765	,004	-,138	,102	,218
X15	,180	-,215	,042	,096	,802

Sumber: Data diolah, 2012

Berdasarkan Tabel 4.29. diatas, karena masih ada variabel yang belum jelas akan dimasukkan ke dalam faktor yang mana, maka perlu dilakukan proses rotasi (*rotation*), agar semakin jelas perbedaan sebuah variabel yang akan dimasukkan dalam faktor yang terbentuk. Pada penelitian ini, rotasi dilakukan dengan menggunakan metode *varimax*. Pada tahapan ini, rotasi terdapat aturan angka pembatas (*cut off point*) agar sebuah variabel bisa nyata termasuk sebuah faktor. Angka pembatas tersebut nilainya 0,55. Apabila sebuah variabel tertentu memiliki nilai *faktor loading* tertinggi tersebut kurang dari 0,55 (dibawah nilai *cut off point*), maka variabel tersebut tidak bisa dimasukkan dalam faktor yang terbentuk. Dengan kata lain variabel tertentu tersebut tidak dimasukkan kedalam faktor dan harus dikeluarkan dari model. Berikut dapat dilihat pada Tabel 4.30. :

Tabel 4.30. *Rotated Component Matrix*^a

	Component				
	1	2	3	4	5
X1	,032	,325	-.016	,033	,721
X2	,723	,050	.221	,062	-,144
X3	,612	,377	.069	-,278	,247
X5	-,056	,306	.684	,204	,068
X7	,336	,440	.152	-,408	,268
X8	,222	-,026	.830	,056	-,050
X9	,398	,540	-.056	,178	-,122
X10	,206	,152	.117	,747	,080
X11	-,145	,735	.272	,197	,100
X12	-,137	,092	.105	,736	,060
X13	,417	,014	.420	-,181	,297
X14	,765	,004	-.138	,102	,218
X15	,180	-,215	.042	,096	,802

Sumber: Data diolah, 2012

Berdasarkan hasil rotasi pada tabel 4.30. di atas, dilakukan pengelompokan variabel-variabel masuk kedalam faktor. Hal ini dilakukan berdasarkan nilai *factor loading*-nya. Jadi dapat diketahui bahwa faktor pertama terdiri dari X₂, X₃, dan X₁₄. Faktor kedua terdiri dari X₁₁. Faktor ketiga terdiri dari X₅ dan X₈. Faktor keempat terdiri dari X₁₀ dan X₁₂ dan Faktor kelima terdiri dari X₁ dan X₁₅. Pada tabel tersebut terdapat 3 variabel yang harus dikeluarkan dari model yaitu X₇, X₉, dan X₁₃ karena nilai *factor loading*-nya kurang dari 0,55.

d. Interpretasi Faktor

Setelah proses pengelompokan variabel berdasarkan tabel rotasi faktor yang telah dihasilkan, maka langkah selanjutnya adalah interpretasi faktor. Dalam analisis faktor, variabel yang telah mengalami ekstraksi dikelompokkan dan diberi nama yang sesuai dengan variabel-variabel yang tercakup dalam faktor. Terkadang penamaan faktor tidak tepat karena sulitnya melakukan generalisasi variabel yang ada, namun sebuah faktor harus diberi nama yang sedapat mungkin mencerminkan isi dari faktor tersebut. Hasil analisis faktor menghasilkan lima kelompok faktor seperti dijelaskan berikut ini :

1. Faktor pertama (F_1) terdiri dari:

X_2 : Jarak dari tempat kost ke kampus

X_3 : Jarak menuju tempat makan

X_{14} : Dekat dengan fasilitas umum

Variabel yang tercakup dalam faktor pertama (F_1) adalah jarak dari tempat kost ke kampus (X_2) dengan nilai *factor loading* sebesar 0,723 ; jarak menuju tempat makan (X_3) dengan nilai *factor loading* sebesar 0,612 ; dan dekat dengan fasilitas umum (X_{14}) dengan nilai *factor loading* sebesar 0,765. Berdasarkan 3 variabel yang terkandung pada faktor pertama, maka faktor pertama diberi nama Faktor Mobilitas.

2. Faktor kedua (F_2) terdiri dari:

X_{11} : Pengaruh teman

Variabel yang tercakup dalam faktor kedua (F_2) adalah pengaruh teman (X_{11}) dengan nilai *factor loading* sebesar 0,735. Berdasarkan variabel yang terkandung pada faktor pertama, maka faktor pertama diberi nama Faktor Mobilitas.

3. Faktor ketiga (F_3) terdiri dari:

X_5 : Harga yang murah

X_8 : Tipe pembayaran

Variabel yang tercakup dalam faktor ketiga (F_3) adalah harga yang murah (X_5) dengan nilai *factor loading* sebesar 0,684 dan tipe pembayaran (X_8) dengan nilai *factor loading* sebesar 0,830. Berdasarkan 2 variabel yang terkandung pada faktor ketiga, maka faktor ketiga diberi nama Faktor Harga.

4. Faktor keempat (F_4) terdiri dari:

X_{10} : Interior kamar

X_{12} : Kamar mandi

Variabel yang tercakup dalam faktor keempat (F_4) adalah interior kamar (X_{10}) dengan nilai *factor loading* sebesar 0,747 dan kamar mandi (X_{12}) dengan nilai *factor loading* sebesar 0,736. Berdasarkan 2 variabel yang terkandung pada faktor keempat, maka faktor keempat diberi nama Faktor Fasilitas.

5. Faktor kelima (F_5) terdiri dari:

X_1 : Kebersihan tempat kost

X_{15} : Suasana yang nyaman

Variabel yang tercakup dalam faktor kelima (F_5) adalah kebersihan tempat kost (X_1) dengan nilai *factor loading* sebesar 0,721 dan suasana yang nyaman (X_{15}) dengan nilai *factor loading* sebesar 0,802. Berdasarkan variabel yang terkandung pada faktor kelima, maka faktor kelima diberi nama Faktor Lingkungan.

4.4. Pembahasan

Kost-kost-an merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi mahasiswa yang berasal dari luar kota selama menempuh masa studinya. Tidak sedikit pula mahasiswa yang berasal dari dalam kota pun ikut merasakan butuhnya sarana kos-kost-an untuk mereka. Seperti mahasiswa yang berasal dari Daerah Ambulu, Puger, Kencong, dan sebagainya yang berasal dari daerah pinggiran kota Jember.

Hasil penelitian yang dilakukan pada mahasiswa yang bertempat kost di sekitar kawasan kampus Universitas Jember dengan menggunakan analisis faktor menunjukkan bahwa terdapat 5 faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam pemilihan tempat kost. Secara terperinci kategori faktor-faktor tersebut dijelaskan pada tabel 4.31 :

Tabel 4.31. Ringkasan Hasil Analisis Faktor

Faktor	Rincian Faktor	Factor Loading	Nama Faktor yang Sesuai
1	Jarak dari tempat kost ke kampus	0,723	Mobilitas
	Jarak menuju tempat makan	0,612	
	Dekat dengan fasilitas umum	0,765	
2	Pengaruh teman	0,735	Ajakan
3	Harga yang murah	0,684	Harga
	Tipe pembayaran	0,830	
4	Interior kamar	0,747	Fasilitas
	Kamar mandi	0,736	
5	Kebersihan tempat kost	0,721	Lingkungan
	Suasana yang nyaman	0,802	

Sumber: Data diolah, 2012

4.4.1. Faktor Pertama (F_1)

Variabel jarak dari tempat kost ke kampus dan tempat makan merupakan variabel yang dipertimbangkan oleh mahasiswa dalam memilih tempat kost. Selain faktor kecepatan atau jangkauan menuju kampus dimana mereka melakukan studinya, jarak yang relatif dekat dengan kampus menentukan efisiensi waktu tempuh bagi para mahasiswa untuk menuju kampus. Jarak menuju tempat makan pun menjadi faktor yang dipertimbangkan dalam pemilihan kost-kost-an. Tempat makan sudah tentu menjadi salah satu faktor utama bagi kalangan mahasiswa khususnya bagi para penghuni kost. Hal ini dinyatakan oleh kebanyakan responden yang sebagian besar tidak membawa sepeda motor dalam menempuh masa studinya. Mereka cenderung memilih tempat kost yang memiliki tingkat jangkauan yang relatif dekat, terutama dengan tempat-tempat yang sifatnya sangat penting.

Variabel dekat dengan fasilitas umum seperti halnya warnet, café, mesin ATM, tempat fotocopy, area Hot Spot, dll. juga menjadi perhatian bagi kalangan mahasiswa dalam memilih tempat kost. Hal ini dikarenakan para mahasiswa dalam menempuh masa studinya sudah pasti membutuhkan hal tersebut.

4.4.2. Faktor Kedua (F₂)

Variabel pengaruh teman bukan berarti tidak memiliki peranan penting dalam keputusan pemilihan tempat kost bagi mahasiswa, karena sebagian besar kalangan mahasiswa senang hidup berkelompok apalagi jika masih berstatus Mahasiswa Baru, mereka cenderung ingin berkumpul dengan teman sekota asal mereka. Oleh karena itu ajakan teman merupakan hal yang juga dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi kost bagi mahasiswa baru. Hal ini dirasakan oleh kebanyakan responden, terbukti dengan alasan responden yang menyatakan bahwa mereka cenderung mengikuti saran dari teman-temannya yang selanjutnya diikuti dengan pengambilan keputusan untuk bersedia memilih tempat kost tersebut.

4.4.3. Faktor Ketiga (F₃)

Variabel harga yang murah merupakan hal utama dari kebanyakan mahasiswa dalam pemilihan lokasi kost. Hal ini terjadi karena sifat ekonomis manusia yang alamiah, yakni menginginkan semuanya serba murah tapi berkualitas. Namun sebagian besar pengusaha bisnis kost-kost-an cenderung memanfaatkan kondisi ini. Dengan memberikan tarif/harga sewa yang mahal jika posisi rumah kost tersebut dekat dengan kampus. Dalam memilih tempat kost, mahasiswa melihat faktor harga ini merupakan ajang bisnis bagi para pengusaha kost, maka banyak dari sebagian mahasiswa memilih kost di tempat yang sedikit jauh dari kampus namun dengan harga yang murah. Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka sangatlah menjadikan variabel harga ini menjadi seolah prioritas utama yang mereka pertimbangkan karena menurut mereka variabel harga ini merupakan suatu hal yang dirasa sangat penting dalam pemilihan tempat kost.

4.4.4. Faktor Keempat (F₄)

Variabel interior kamar bagi sebagian mahasiswa juga merupakan alasan mengapa mereka mempertimbangkan hal tersebut. Namun, biasanya yang mempertimbangkan hal ini hanyalah sebagian kecil saja terutama dari kalangan

mahasiswa kalangan menengah ke atas. Kehidupan yang berbeda dengan kondisi rumah yang sebelumnya memungkinkan mahasiswa memilih tempat kost senyaman mungkin.

Variabel kamar mandi merupakan hal penting yang kebanyakan mahasiswa mempertimbangkannya dalam memilih kost. Karena kamar mandi merupakan hal yang sangat dibutuhkan oleh para penghuni kost berdasarkan fungsinya yang sangat diperlukan untuk aktifitas mandi sehari-hari. Berdasarkan jawaban dari para responden menyatakan bahwa variabel kamar mandi ini sangatlah merupakan salah satu hal yang mereka pertimbangkan. Kebanyakan dari responden meninjau dari segi kebersihan dan jumlah kamar mandi yang disediakan oleh pemilik kost.

4.4.5. Faktor Kelima (F₅)

Variabel kebersihan tempat kost dan suasana yang nyaman menjadi menjadi hal penting yang diperhatikan oleh mahasiswa dalam memilih tempat kost karena sangatlah berpengaruh dampaknya dengan kenyamanan dan juga kesehatan bagi penghuninya. Hal ini ditunjukkan dari kebanyakan jawaban para responden yang menyatakan bahwa mereka menginginkan lingkungan tempat kost yang nyaman demi mendukung kegiatan belajar. Dengan lingkungan yang bersih dan nyaman, membuat mereka menjadi lebih betah untuk tinggal di tempat kost mereka.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini, peneliti menemukan banyak variabel yang merupakan pembentuk beberapa faktor yang menjadi acuan mahasiswa dalam memilih tempat kost di kawasan kampus UNEJ. Faktor-faktor tersebut meliputi Faktor Mobilitas, Faktor Ajakan, Faktor Harga, Faktor Fasilitas, dan Faktor Lingkungan. Faktor tersebutlah yang sebagian besar dijadikan mahasiswa untuk memilih tempat kost di sekitar kampus UNEJ.

5.2 Saran

Berdasarkan dari analisis data, kesimpulan dan juga alasan-alasan responden dari jawaban kuisioner yang diteliti, maka saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

a. Bagi Pengusaha Kost-kost-an

Pihak pengusaha kost-kost-an sebagai penyedia sarana kost-kost-an, sebaiknya lebih melihat atau memperhatikan apa yang sebenarnya menjadi keinginan mahasiswa dalam memilih tempat kost, bukan sekedar menawarkan tempat kost yang apa adanya. Hal ini terkait dengan semakin banyaknya pesaing yang muncul di sekitar kampus. Dengan memperhatikan keinginan konsumen, dapat meningkatkan *value* akan produk yang mereka tawarkan. Seperti memberikan beberapa fasilitas yang cukup memberikan kenyamanan bagi penghuni kost nantinya. Selain itu, pengusaha kost-kost-an juga bisa mempertimbangkan kesesuaian harga berdasarkan jarak tempat kost-nya dengan kampus atau fasilitas umum lainnya karena hal tersebut sangat berpengaruh nantinya terhadap minat calon penghuni kost untuk memilih tempat kost tersebut.

b. Bagi Mahasiswa.

Sebagai pengambil keputusan, mahasiswa merupakan subyek yang menilai layak tidaknya tempat kost yang akan mereka tempati. Mahasiswa sebaiknya mempertimbangkan dengan sebaik mungkin dengan mengkombinasikan beberapa hal yang menjadi keinginan secara optimal.

Dengan kata lain, mahasiswa harus bisa memutuskan dimana ia akan memilih tempat kost, karena sangat terkait sekali dengan proses belajar dalam menempuh masa studinya.



DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1. Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama.
-dan Gary Amstrong. 2011. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid1. Jakarta : Erlangga
- Maholtra, Naresh K. 2003. *Marketing Research And Applied Orientation*. London : PrenticeHall.
- Nasution. M.N 2001. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Gunung Agung : PrenticeHall.
- Bagas Saputa. 2010. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia di Kabupaten Jember*. Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- Santoso, Singgih. 2002. *Statistik Multivariat*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Prenada Media.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Supranto, J. 2003. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- 2004. *Analisis Multivariat, Arti dan Interpretasi*. Jakarta : Penerbit Rineka Cipta.
- Tika, Moh. Pabundu. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- 2004. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Cet ke 6, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.



KUISIONER PENELITIAN ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENJADI PERTIMBANGAN MAHASISWA DALAM MEMILIH TEMPAT KOST DI KAWASAN KAMPUS UNIVERSITAS JEMBER.

Dengan hormat,

Kuisisioner ini dimaksudkan untuk penyusunan bahan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan, sehubungan dengan penelitian saya yang berjudul :

“Analisis Faktor-Faktor yang Menjadi Pertimbangan Mahasiswa dalam Memilih Tempat Kost di Kawasan Kampus Universitas Jember”.

Dengan kerendahan hati saya meminta waktu sejenak dan kesediaan saudara/I untuk mengisi kuisisioner ini apa adanya. Kesungguhan dalam memberikan jawaban akan sangat bermanfaat dan membantu keberhasilan penelitian ini. Atas kesediaan dan bantuan anda, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Nurul Badri

080810201017

Identitas Responden

Petunjuk : Isilah data berikut dan beri tanda silang (x) pada jawaban yang anda pilih.

1. Usia : Tahun
2. Kota Asal :
3. Fakultas :

Petunjuk Pengisian :

Berilah tanda checklist () pada alternatif jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan kondisi anda dari pernyataan dibawah ini. Alternatif jawabannya adalah:

- SS = Sangat Setuju
S = Setuju
RR = Ragu-ragu
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

Variabel Bebas (X)

No.	Item Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya memperhatikan kebersihan tempat kost dalam pertimbangan memilih kost.					
Alasan :						
2.	Jarak dari tempat kost ke kampus menjadi bahan pertimbangan saya dalam memilih tempat kost.					
Alasan :						
3.	Jarak menuju tempat makan juga penting bagi saya untuk dipertimbangkan.					
Alasan :						

4.	Saya memilih lokasi tempat kost yang aman.				
Alasan :					
5.	Saya memilih tempat kost karena mempertimbangkan harga yang murah.				
Alasan :					
6.	Image tempat kost juga menjadi pertimbangan saya dalam memilih tempat kost.				
Alasan :					
7.	Ketersediaan kamar atau jumlah kamar yang disediakan menjadi pertimbangan saya dalam memilih tempat kost				
Alasan :					
8.	Tipe pembayaran menjadi bahan pertimbangan saya dalam memilih tempat kost.				
Alasan :					
9.	Suasana baru menjadi alasan saya dalam memilih tempat kost.				
Alasan :					
10.	Saya mempertimbangkan interior kamar dalam memilih tempat kost.				
Alasan :					
11.	Saya memilih tempat kost karena				

	pengaruh atau ajakan dari teman.				
Alasan :					
12.	Kamar mandi menjadi pertimbangan buat saya dalam memilih tempat kost.				
Alasan :					
13.	Keramahan tetangga menjadi salah satu pertimbangan saya dalam memilih tempat kost.				
Alasan :					
14.	Kedekatan dengan fasilitas umum juga menjadi pertimbangan saya dalam memilih tempat kost.				
Alasan :					
15.	Suasana yang nyaman saya butuhkan untuk tempat kost.				
Alasan :					
16.	Saya mempertimbangkan ketersediaan tempat parkir dalam memilih tempat kost.				
Alasan :					

Variabel Terikat (Y)

No.	Item Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Keputusan saya dalam memilih kost di sekitar kampus UNEJ berdasarkan pada kebutuhan saya untuk tempat tinggal selama masa studi saya.					
Alasan :						
2.	Sebelum saya memilih tempat kost, saya mencari informasi terlebih dahulu.					
Alasan :						
3.	Menurut saya, keputusan untuk memilih tempat kost di sekitar kampus UNEJ merupakan keputusan yang tepat.					
Alasan :						

IDENTITAS RESPONDEN

No	Usia	Kota Asal	Fakultas
1.	18 Tahun	Banyuwangi	Ekonomi
2.	18 Tahun	Banyuwangi	Ekonomi
3.	18 Tahun	Banyuwangi	Ekonomi
4.	18 Tahun	Banyuwangi	Sastra
5.	19 Tahun	Bondowoso	FKIP
6.	18 Tahun	Banyuwangi	FKIP
7.	18 Tahun	Jember	Kedokteran Gigi
8.	20 Tahun	Situbondo	Kedokteran Gigi
9.	18 Tahun	Banyuwangi	MIPA
10.	18 Tahun	Banyuwangi	MIPA
11.	19 Tahun	Situbondo	Pertanian
12.	18 Tahun	Malang	Ekonomi
13.	18 Tahun	Situbondo	Ekonomi
14.	18 Tahun	Banyuwangi	Ilmu Sosial dan Politik
15.	18 Tahun	Situbondo	Hukum
16.	18 Tahun	Probolinggo	Hukum
17.	18 Tahun	Jember	Kedokteran Umum
18.	18 Tahun	Banyuwangi	FKIP
19.	19 Tahun	Banyuwangi	Kesehatan Masyarakat
20.	18 Tahun	Situbondo	Kesehatan Masyarakat
21.	18 Tahun	Gresik	Hukum
22.	18 Tahun	Bondowoso	Hukum
23.	18 Tahun	Situbondo	Hukum
24.	18 Tahun	Jember	Sastra
25.	18 Tahun	Situbondo	Ilmu Sosial dan Politik
26.	18 Tahun	Situbondo	Hukum
27.	18 Tahun	Banyuwangi	FKIP
28.	18 Tahun	Malang	Kedokteran Umum
29.	18 Tahun	Situbondo	Kedokteran Umum
30.	18 Tahun	Situbondo	Kedokteran Gigi
31.	18 Tahun	Banyuwangi	Ekonomi
32.	19 Tahun	Situbondo	Ekonomi
33.	19 Tahun	Bondowoso	MIPA
34.	18 Tahun	Situbondo	Kesehatan Masyarakat
35.	18 Tahun	Banyuwangi	FKIP
36.	18 Tahun	Banyuwangi	Hukum
37.	18 Tahun	Lumajang	Kedokteran Gigi
38.	18 Tahun	Lumajang	Kedokteran Umum

39.	19 Tahun	Jember	FKIP
40.	18 Tahun	Banyuwangi	Ilmu Sosial dan Poloitik
41.	18 Tahun	Banyuwangi	Ilmu Sosial dan Poloitik
42.	18 Tahun	Bondowoso	Ilmu Sosial dan Poloitik
43.	18 Tahun	Situbondo	Teknik
44.	18 Tahun	Situbondo	Hukum
45.	18 Tahun	Jember	Ekonomi
46.	18 Tahun	Pasuruan	Kedokteran Gigi
47.	18 Tahun	Gresik	Ekonomi
48.	18 Tahun	Situbondo	Hukum
49.	19 Tahun	Situbondo	Kedokteran Gigi
50.	18 Tahun	Bondowoso	Pertanian
51.	18 Tahun	Kediri	Kedokteran Umum
52.	18 Tahun	Situbondo	Ekonomi
53.	18 Tahun	Surabaya	Ekonomi
54.	18 Tahun	Banyuwangi	FKIP
55.	18 Tahun	Banyuwangi	FKIP
56.	18 Tahun	Probolinggo	Ekonomi
57.	18 Tahun	Lumajang	Teknik
58.	20 Tahun	Tulungagung	Kesehatan Masyarakat
59.	19 Tahun	Jember	Sastra
60.	18 Tahun	Lumajang	Ilmu Sosial dan Poloitik
61.	18 Tahun	Bondowoso	Kedokteran Gigi
62.	18 Tahun	Surabaya	MIPA
63.	18 Tahun	Lumajang	Ilmu Sosial dan Poloitik
64.	19 Tahun	Bondowoso	Ekonomi
65.	18 Tahun	Bondowoso	FKIP
66.	18 Tahun	Lumajang	Pertanian
67.	18 Tahun	Jember	Sastra
68.	18 Tahun	Lumajang	Pertanian
69.	18 Tahun	Banyuwangi	MIPA
70.	18 Tahun	Banyuwangi	Ekonomi
71.	19 Tahun	Surabaya	Ilmu Sosial dan Poloitik
72.	18 Tahun	Malang	Kedokteran Umum
73.	18 Tahun	Bondowoso	Sastra
74.	18 Tahun	Lumajang	Kedokteran Gigi
75.	18 Tahun	Nganjuk	Pertanian
76.	18 Tahun	Nganjuk	Ekonomi
77.	18 Tahun	Banyuwangi	Ilmu Sosial dan Poloitik
78.	18 Tahun	Probolinggo	Kedokteran Gigi
79.	18 Tahun	Bondowoso	FKIP
80.	19 Tahun	Bondowoso	Kedokteran Gigi

81.	18 Tahun	Situbondo	Ekonomi
82.	18 Tahun	Banyuwangi	Hukum
83.	20 Tahun	Situbondo	Pertanian
84.	18 Tahun	Jember	Kedokteran Umum
85.	18 Tahun	Jember	Kedokteran Gigi
86.	18 Tahun	Situbondo	Kesehatan Masyarakat
87.	19 Tahun	Probolinggo	Ekonomi
88.	19 Tahun	Situbondo	Ekonomi
89.	18 Tahun	Pasuruan	Ekonomi
90.	18 Tahun	Bondowoso	Farmasi
91.	18 Tahun	Banyuwangi	FKIP
92.	18 Tahun	Situbondo	Sastra
93.	18 Tahun	Situbondo	MIPA
94.	18 Tahun	Situbondo	Kedokteran Umum
95.	18 Tahun	Situbondo	MIPA
96.	18 Tahun	Situbondo	FKIP
97.	18 Tahun	Situbondo	Sastra
98.	18 Tahun	Banyuwangi	Sastra
99.	18 Tahun	Situbondo	Ekonomi
100.	18 Tahun	Situbondo	Ekonomi



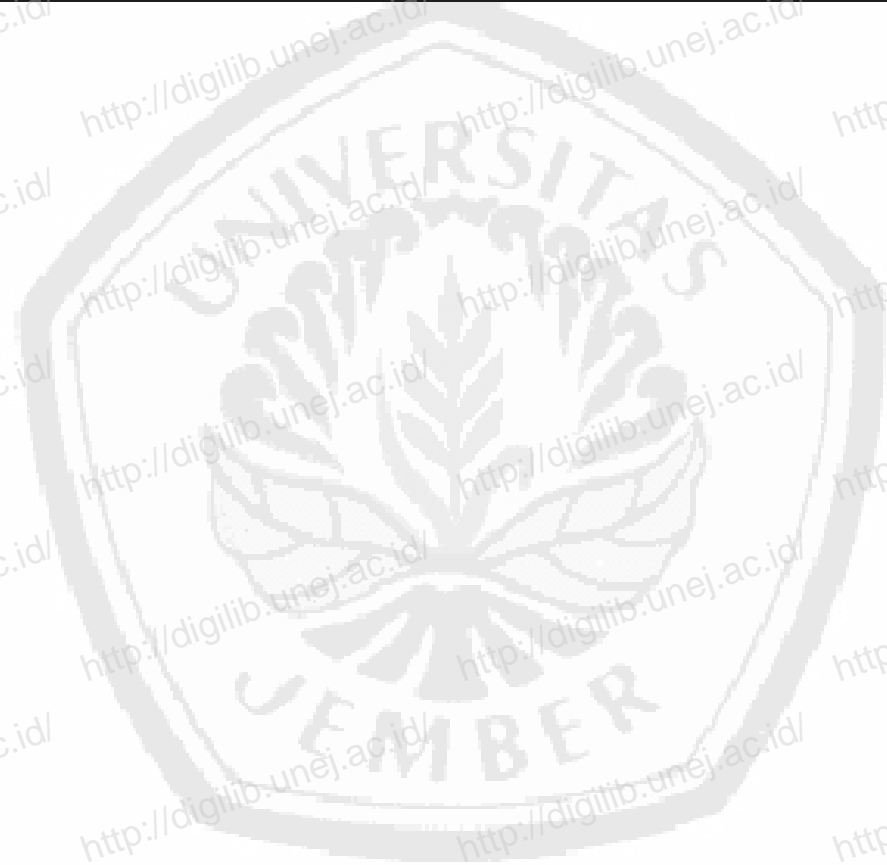
REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN

No.	Variabel Bebas (X)																Total	Variabel Terikat (Y)			Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16		1	2	3	
1	5	4	5	2	5	5	2	4	5	5	4	5	4	5	5	4	69	4	5	4	13
2	4	4	4	4	1	5	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	61	5	4	4	13
3	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	2	5	5	70	4	4	4	12
4	5	5	4	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	5	5	71	4	5	5	14
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	77	4	4	4	12
6	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	76	5	4	4	13
7	2	4	1	5	5	4	4	5	1	4	4	5	2	4	4	5	59	4	4	3	11
8	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	73	5	4	3	12
9	4	4	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	73	4	5	4	13
10	5	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	68	4	5	4	13
11	4	4	4	5	2	5	1	5	1	4	4	4	3	4	5	5	60	5	5	5	15
12	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	1	5	4	67	3	4	3	10
13	4	1	1	5	4	4	1	4	4	5	4	5	1	1	2	5	51	4	4	4	12
14	5	5	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	76	4	5	5	14
15	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	74	4	3	4	11
16	5	5	5	5	3	4	5	5	4	3	5	4	4	2	5	5	69	4	5	3	12
17	3	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	5	3	5	5	72	5	5	5	15
18	5	1	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	71	4	5	5	14
19	5	1	4	5	5	4	4	5	2	4	5	5	2	1	5	5	62	4	4	4	12
20	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	2	72	5	4	4	13
21	5	4	2	5	4	2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	71	5	5	5	15
22	4	2	5	4	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	71	5	5	4	14
23	3	3	5	4	5	0	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	66	3	4	5	12
24	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	75	4	5	5	14
25	5	4	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	4	5	5	5	74	4	5	4	13
26	5	5	5	5	3	5	2	5	3	5	5	5	4	4	4	5	70	1	3	3	7
27	2	5	3	4	2	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	65	4	5	4	13
28	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	77	4	4	4	12
29	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	1	4	64	4	4	4	12

30	5	4	2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	74	5	4	4	13
31	2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	73	4	1	5	10
32	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78	4	4	4	12
33	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	72	5	4	5	14
34	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	72	4	5	5	14
35	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	78	5	4	1	10
36	4	4	4	4	1	5	4	4	2	4	2	2	4	4	5	4	57	4	4	4	12
37	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	70	2	3	5	10
38	5	5	4	2	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	68	4	4	5	13
39	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	77	5	4	5	14
40	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	78	5	5	4	14
41	4	2	1	5	5	4	4	5	1	4	4	4	4	4	4	5	60	4	5	4	13
42	3	4	5	4	5	5	5	5	5	2	5	4	5	4	2	2	65	3	5	4	12
43	4	4	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	73	5	5	5	15
44	5	3	5	4	2	5	5	2	5	4	4	5	2	5	4	4	64	5	4	4	13
45	4	4	2	5	4	5	1	5	1	5	2	4	5	4	5	5	61	4	2	5	11
46	5	4	4	5	5	2	5	5	4	4	4	3	4	1	5	4	64	4	5	5	14
47	2	1	1	5	4	4	1	4	4	5	4	5	1	1	4	5	51	5	5	3	13
48	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	3	5	5	74	4	4	4	12
49	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	4	74	5	5	5	15
50	3	5	3	3	5	4	5	5	4	5	5	4	4	2	3	5	65	4	5	5	14
51	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79	4	4	4	12
52	5	1	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	71	5	4	5	14
53	5	1	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	1	5	5	66	4	5	5	14
54	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	2	5	5	5	4	72	4	3	3	10
55	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	75	5	5	4	14
56	4	4	5	2	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	71	4	4	4	12
57	5	5	5	4	5	0	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	70	5	5	5	15
58	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	75	5	4	1	10
59	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	74	5	5	5	15
60	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	76	3	5	3	11
61	4	5	5	4	4	4	5	5	4	2	4	4	4	5	5	5	69	4	4	5	13
62	5	3	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	75	4	1	4	9

63	4	4	4	4	4	3	2	5	5	3	4	4	4	3	1	2	56	5	4	4	13
64	5	4	4	5	5	2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	74	4	5	5	14
65	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	2	5	72	5	4	4	13
66	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	76	5	4	4	13
67	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	74	4	4	4	12
68	5	2	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	4	5	5	5	72	3	3	3	9
69	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	76	4	5	4	13
70	2	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	69	5	5	4	14
71	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	77	5	5	5	15
72	4	4	4	2	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	1	4	64	5	4	5	14
73	5	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	74	4	4	4	12
74	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	2	4	5	73	4	5	1	10
75	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	75	4	2	5	11
76	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	76	5	5	5	15
77	5	4	4	5	2	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	70	2	4	4	10
78	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	77	4	5	5	14
79	4	4	4	4	1	3	4	2	2	2	2	4	4	4	5	2	51	4	5	4	13
80	4	5	4	5	5	2	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	70	5	4	4	13
81	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	73	5	5	4	14
82	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	77	1	4	4	9
83	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	76	5	2	3	10
84	4	2	1	5	5	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4	5	58	5	4	4	13
85	5	4	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4	3	4	4	4	69	1	5	4	10
86	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	76	4	1	4	9
87	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	2	4	5	5	73	4	5	3	12
88	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79	5	5	4	14
89	5	5	4	4	5	2	5	5	4	5	4	2	4	4	5	5	68	4	4	5	13
90	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	77	5	4	5	14
91	4	1	1	5	4	4	1	2	4	5	4	5	1	1	4	5	51	4	3	2	9
92	5	5	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	76	4	5	4	13
93	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	76	4	5	4	13
94	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	2	5	5	73	4	4	4	12
95	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79	5	5	4	14

96	5	1	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	71	3	4	5	12
97	5	1	2	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	1	5	5	64	4	5	4	13
98	5	4	5	5	5	3	4	5	5	2	4	4	5	5	5	2	68	5	5	4	14
99	5	2	4	5	4	2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	71	5	4	5	14
100	4	4	5	2	5	5	5	3	4	5	5	2	5	5	5	5	69	2	5	2	9



(validitas diabaikan)
Rotated Component Matrixa

	Component				
	1	2	3	4	5
Var1	,345	,231	,356	,454	,199
Var2	,241	,637	-,290	,321	,230
Var3	,048	,797	,240	-,042	,073
Var4	,086	,561	,322	,367	-,226
Var5	,144	-,057	,888	-,035	,085
Var6	,142	,275	,786	,181	-,120
Var7	,048	,239	,164	,743	-,281
Var8	,463	,335	,292	-,269	,275
Var9	,817	,156	,202	-,112	,091
Var10	,822	-,221	,046	,362	-,106
Var11	,169	-,032	,050	-,161	-,771
Var12	-,172	-,062	-,071	,770	,224
Var13	,265	,037	,028	-,154	,760
Var14	,647	,018	,142	,080	,489
Var15	,724	,271	,110	-,176	-,030
Var16	,656	,573	-,073	,035	-,097

(Validitas - dibuang)
Rotated Component Matrixa

	Component			
	1	2	3	4
Var1	,405	,275	,362	,233
Var2	,291	,671	-,263	,200
Var3	,003	,807	,301	-,033
Var4	,099	,417	,317	,592
Var5	,174	-,119	,876	-,010
Var6	,129	,217	,800	,232
Var7	,083	,187	,151	,774
Var8	,442	,384	,325	-,366
Var9	,799	,163	,205	-,096
Var10	,846	-,227	,015	,334
Var13	,343	,198	,056	-,614
Var14	,719	,109	,152	-,246
Var15	,669	,267	,130	-,094
Var16	,608	,555	-,051	,166

X10	Pearson Correlation	.113	.178	.007	.125	.297**	.125	-.039	.123	.243*	1	.239*	.286**	.067	.139	.126	.543**	.459**
	Sig. (2-tailed)	.262	.076	.943	.213	.003	.216	.697	.222	.015		.017	.004	.506	.168	.210	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X11	Pearson Correlation	.196	.070	.136	.232*	.319**	.182	.231*	.198*	.361**	.239*	1	.226*	.019	-.024	.008	.279**	.478**
	Sig. (2-tailed)	.051	.490	.177	.020	.001	.070	.021	.048	.000	.017		.024	.853	.809	.935	.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X12	Pearson Correlation	.066	-.063	-.139	.295**	.160	-.021	-.179	.140	.113	.286**	.226*	1	-.113	-.012	.026	.206*	.214*
	Sig. (2-tailed)	.517	.532	.167	.003	.112	.834	.074	.165	.262	.004	.024		.263	.909	.797	.039	.033
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X13	Pearson Correlation	.227*	.322**	.524**	-.147	.250*	.119	.322**	.359**	.204*	.067	.019	-.113	1	.452**	.235*	-.078	.594**
	Sig. (2-tailed)	.023	.001	.000	.143	.012	.236	.001	.000	.042	.506	.853	.263		.000	.019	.442	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X14	Pearson Correlation	.136	.331**	.362**	-.165	-.002	.203*	.304**	.058	.252*	.139	-.024	-.012	.452**	1	.248*	-.034	.543**
	Sig. (2-tailed)	.178	.001	.000	.100	.987	.043	.002	.565	.011	.168	.809	.909	.000		.013	.741	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X15	Pearson Correlation	.302**	.090	.179	.180	.018	-.021	.196	.043	-.084	.126	.008	.026	.235*	.248*	1	.271**	.398**
	Sig. (2-tailed)	.002	.371	.075	.073	.861	.835	.051	.669	.408	.210	.935	.797	.019	.013		.006	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X16	Pearson Correlation	.006	-.011	-.139	.114	.228*	.133	.036	.116	-.131	.543**	.279**	.206*	-.078	-.034	.271**	1	.292**
	Sig. (2-tailed)	.950	.913	.168	.257	.022	.187	.724	.252	.194	.000	.005	.039	.442	.741	.006		.003
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Xtotal	Pearson Correlation	.439**	.534**	.599**	.119	.429**	.304**	.503**	.428**	.502**	.459**	.478**	.214*	.594**	.543**	.398**	.292**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.239	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.033	.000	.000	.000	.003	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



RELIABILITY

/VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13 X14 X15 X16

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.712	16

FACTOR

```
/VARIABLES X1 X2 X3 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13 X14 X15 X16  
/MISSING LISTWISE  
/ANALYSIS X1 X2 X3 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13 X14 X15 X16  
/PRINT INITIAL KMO AIC EXTRACTION ROTATION  
/PLOT EIGEN  
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)  
/EXTRACTION PC  
/CRITERIA ITERATE(25)  
/ROTATION VARIMAX  
/METHOD=CORRELATION.
```

F A C T O R A N A L Y S I S -----

Factor Analysis

[DataSet0]

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.655
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	347.444
	df	105
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		X1	X2	X3	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16
Anti-image Covariance	X1	.782	.065	-.101	-.016	-.056	-.016	.034	-.020	-.059	-.091	-.048	-.042	.038	-.210	.081
	X2	.065	.702	-.114	.042	-.025	-.034	-.200	-.049	-.100	.020	.072	.006	-.107	-.015	.035
	X3	-.101	-.114	.516	.049	-.108	-.114	.002	-.143	.037	-.004	.045	-.160	.004	-.050	.029
	X5	-.016	.042	.049	.711	.075	-.046	-.114	-.056	-.088	-.110	-.032	-.147	.072	.051	-.053
	X6	-.056	-.025	-.108	.075	.805	.085	.089	.120	-.034	-.163	.038	-.042	-.136	.134	-.072
	X7	-.016	-.034	-.114	-.046	.085	.674	-.003	-.060	.110	-.125	.146	-.028	-.121	-.052	-.082
	X8	.034	-.200	.002	-.114	.089	-.003	.690	.052	.030	-.083	-.120	-.183	.073	.042	-.043
	X9	-.020	-.049	-.143	-.056	.120	-.060	.052	.559	-.162	-.193	-.056	.023	-.092	.105	.155
	X10	-.059	-.100	.037	-.088	-.034	.110	.030	-.162	.523	.037	-.086	-.019	-.053	.016	-.275
	X11	-.091	.020	-.004	-.110	-.163	-.125	-.083	-.193	.037	.619	-.101	.065	.086	.023	-.123
	X12	-.048	.072	.045	-.032	.038	.146	-.120	-.056	-.086	-.101	.787	.073	-.076	-.032	-.017
	X13	-.042	.006	-.160	-.147	-.042	-.028	-.183	.023	-.019	.065	.073	.504	-.169	-.071	.058
	X14	.038	-.107	.004	.072	-.136	-.121	.073	-.092	-.053	.086	-.076	-.169	.625	-.114	.029
	X15	-.210	-.015	-.050	.051	.134	-.052	.042	.105	.016	.023	-.032	-.071	-.114	.702	-.167
	X16	.081	.035	.029	-.053	-.072	-.082	-.043	.155	-.275	-.123	-.017	.058	.029	-.167	.495
	Anti-image Correlation	X1	.691 ^a	.087	-.159	-.021	-.070	-.022	.046	-.030	-.092	-.131	-.062	-.067	.055	-.284
X2		.087	.758 ^a	-.189	.059	-.033	-.050	-.288	-.078	-.165	.031	.097	.011	-.162	-.021	.060

X3	-.159	-.189	.777 ^a	.081	-.168	-.193	.004	-.265	.070	-.006	.070	-.314	.007	-.083	.058
X5	-.021	.059	.081	.729 ^a	.100	-.066	-.162	-.088	-.145	-.166	-.043	-.246	.108	.072	-.089
X6	-.070	-.033	-.168	.100	.426 ^a	.116	.119	-.179	-.052	-.231	.048	-.065	-.192	.178	-.113
X7	-.022	-.050	-.193	-.066	.116	.738 ^a	-.005	-.097	.185	-.193	.200	-.049	-.186	-.076	-.143
X8	.046	-.288	.004	-.162	.119	-.005	.624 ^a	.083	.050	-.127	-.163	-.310	.112	.061	-.074
X9	-.030	-.078	-.265	-.088	.179	-.097	.083	.596 ^a	-.300	-.329	-.084	.044	-.155	.168	.294
X10	-.092	-.165	.070	-.145	-.052	.185	.050	-.300	.575 ^a	.065	-.135	-.037	-.092	.026	-.540
X11	-.131	.031	-.006	-.166	-.231	-.193	-.127	-.329	.065	.622 ^a	-.144	.117	.139	.036	-.222
X12	-.062	.097	.070	-.043	.048	.200	-.163	-.084	-.135	-.144	.653 ^a	.116	-.109	-.043	-.028
X13	-.067	.011	-.314	-.246	-.065	-.049	-.310	.044	-.037	.117	.116	.719 ^a	-.301	-.120	.115
X14	.055	-.162	.007	.108	-.192	-.186	.112	-.155	-.092	.139	-.109	-.301	.706 ^a	-.172	.052
X15	-.284	-.021	-.083	.072	.178	-.076	.061	.168	.026	.036	-.043	-.120	-.172	.571 ^a	-.283
X16	.130	.060	.058	-.089	-.113	-.143	-.074	.294	-.540	-.222	-.028	.115	.052	-.283	.509 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)



Anti-image Matrices

		X1	X2	X3	X5	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	
Anti-image Covariance	X1	.786	.063	-.113	-.011	-.010	.041	-.012	-.062	-.108	-.046	-.046	.030	-.209	.078	
	X2	.063	.702	-.120	.045	-.032	-.201	-.047	-.102	.016	.073	.005	-.116	-.011	.034	
	X3	-.113	-.120	.531	.062	-.107	.015	-.134	.033	-.028	.052	-.171	-.015	-.034	.020	
	X5	-.011	.045	.062	.718	-.055	-.125	-.070	-.086	-.101	-.036	-.145	.089	.040	-.047	
	X7	-.010	-.032	-.107	-.055	.683	-.013	-.076	.115	-.115	.144	-.024	-.112	-.070	-.077	
	X8	.041	-.201	.015	-.125	-.013	.700	.040	.034	-.070	-.127	-.181	.093	.029	-.036	
	X9	-.012	-.047	-.134	-.070	-.076	.040	.577	-.163	-.185	-.064	.031	-.077	.091	.173	
	X10	-.062	-.102	.033	-.086	.115	.034	-.163	.525	.032	-.085	-.021	-.061	.022	-.282	
	X11	-.108	.016	-.028	-.101	-.115	-.070	-.185	.032	.654	-.098	.060	.065	.055	-.147	
	X12	-.046	.073	.052	-.036	.144	-.127	-.064	-.085	-.098	.789	.076	-.073	-.040	-.014	
	X13	-.046	.005	-.171	-.145	-.024	-.181	.031	-.021	.060	.076	.506	-.183	-.067	.055	
	X14	.030	-.116	-.015	.089	-.112	.093	-.077	-.061	.065	-.073	-.183	.649	-.098	.018	
	X15	-.209	-.011	-.034	.040	-.070	.029	.091	.022	.055	-.040	-.067	-.098	.725	-.162	
	X16	.078	.034	.020	-.047	-.077	-.036	.173	-.282	-.147	-.014	.055	.018	-.162	.502	
	Anti-image Correlation	X1	.685 ^a	.085	-.174	-.014	-.014	.055	-.018	-.096	-.151	-.059	-.072	.042	-.276	.124
		X2	.085	.752 ^a	-.197	.063	-.046	-.286	-.074	-.167	.024	.098	.009	-.171	-.015	.057
X3		-.174	-.197	.785 ^a	.100	-.177	.024	-.243	.063	-.047	.080	-.330	-.026	-.054	.040	

X5	-.014	.063	.100	.732 ^a	-.078	-.176	-.108	-.141	-.148	-.048	-.241	.131	.056	-.079
X7	-.014	-.046	-.177	-.078	.758 ^a	-.019	-.121	.192	-.172	.196	-.042	-.168	-.099	-.131
X8	.055	-.286	.024	-.176	-.019	.634 ^a	.063	.057	-.103	-.171	-.305	.138	.040	-.061
X9	-.018	-.074	-.243	-.108	-.121	.063	.625 ^a	-.296	-.301	-.094	.057	-.125	.141	.322
X10	-.096	-.167	.063	-.141	.192	.057	-.296	.565 ^a	.055	-.132	-.041	-.104	.036	-.550
X11	-.151	.024	-.047	-.148	-.172	-.103	-.301	.055	.662 ^a	-.137	.105	.099	.080	-.257
X12	-.059	.098	.080	-.048	.196	-.171	-.094	-.132	-.137	.654 ^a	.120	-.101	-.053	-.022
X13	-.072	.009	-.330	-.241	-.042	-.305	.057	-.041	.105	.120	.712 ^a	-.320	-.110	.109
X14	.042	-.171	-.026	.131	-.168	.138	-.125	-.104	.099	-.101	-.320	.726 ^a	-.142	.031
X15	-.276	-.015	-.054	.056	-.099	.040	.141	.036	.080	-.053	-.110	-.142	.627 ^a	-.269
X16	.124	.057	.040	-.079	-.131	-.061	.322	-.550	-.257	-.022	.109	.031	-.269	.498 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)



Anti-image Matrices

		X1	X2	X3	X5	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	
Anti-image Covariance	X1	.798	.059	-.118	-.004	.002	.047	-.044	-.026	-.093	-.045	-.056	.028	-.201	
	X2	.059	.705	-.122	.048	-.027	-.200	-.065	-.119	.028	.074	.002	-.117	3.163E-5	
	X3	-.118	-.122	.532	.064	-.106	.016	-.158	.064	-.023	.052	-.176	-.016	-.029	
	X5	-.004	.048	.064	.723	-.064	-.130	-.060	-.163	-.124	-.038	-.143	.091	.027	
	X7	.002	-.027	-.106	-.064	.695	-.019	-.056	.105	-.150	.145	-.017	-.111	-.104	
	X8	.047	-.200	.016	-.130	-.019	.703	.059	.020	-.086	-.128	-.180	.095	.018	
	X9	-.044	-.065	-.158	-.060	-.056	.059	.644	-.104	-.160	-.066	.013	-.092	.177	
	X10	-.026	-.119	.064	-.163	.105	.020	-.104	.752	-.078	-.134	.014	-.073	-.107	
	X11	-.093	.028	-.023	-.124	-.150	-.086	-.160	-.078	.700	-.110	.083	.075	.009	
	X12	-.045	.074	.052	-.038	.145	-.128	-.066	-.134	-.110	.790	.078	-.072	-.048	
	X13	-.056	.002	-.176	-.143	-.017	-.180	.013	.014	.083	.078	.512	-.188	-.053	
	X14	.028	-.117	-.016	.091	-.111	.095	-.092	-.073	.075	-.072	-.188	.649	-.099	
	X15	-.201	3.163E-5	-.029	.027	-.104	.018	.177	-.107	.009	-.048	-.053	-.099	.782	
	Anti-image Correlation	X1	.732 ^a	.079	-.181	-.005	.002	.063	-.061	-.034	-.125	-.056	-.087	.038	-.254
		X2	.079	.752 ^a	-.200	.068	-.039	-.284	-.097	-.163	.040	.100	.003	-.173	4.262E-5
X3		-.181	-.200	.768 ^a	.103	-.174	.027	-.270	.101	-.038	.081	-.337	-.027	-.045	

X5	-0.005	.068	.103	.681 ^a	-.090	-.182	-.088	-.221	-.174	-.050	-.235	.133	.036
X7	.002	-.039	-.174	-.090	.772 ^a	-.027	-.084	.145	-.215	.195	-.028	-.165	-.141
X8	.063	-.284	.027	-.182	-.027	.626 ^a	.088	.028	-.123	-.172	-.300	.140	.025
X9	-.061	-.097	-.270	-.088	-.084	.088	.712 ^a	-.150	-.238	-.092	.023	-.143	.249
X10	-.034	-.163	.101	-.221	.145	.028	-.150	.655 ^a	-.107	-.173	.023	-.105	-.139
X11	-.125	.040	-.038	-.174	-.215	-.123	-.238	-.107	.681 ^a	-.148	.138	.111	.012
X12	-.056	.100	.081	-.050	.195	-.172	-.092	-.173	-.148	.596 ^a	.123	-.101	-.061
X13	-.087	.003	-.337	-.235	-.028	-.300	.023	.023	.138	.123	.715 ^a	-.325	-.084
X14	.038	-.173	-.027	.133	-.165	.140	-.143	-.105	.111	-.101	-.325	.718 ^a	-.139
X15	-.254	4.262E-5	-.045	.036	-.141	.025	-.249	-.139	.012	-.061	-.084	-.139	.609 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

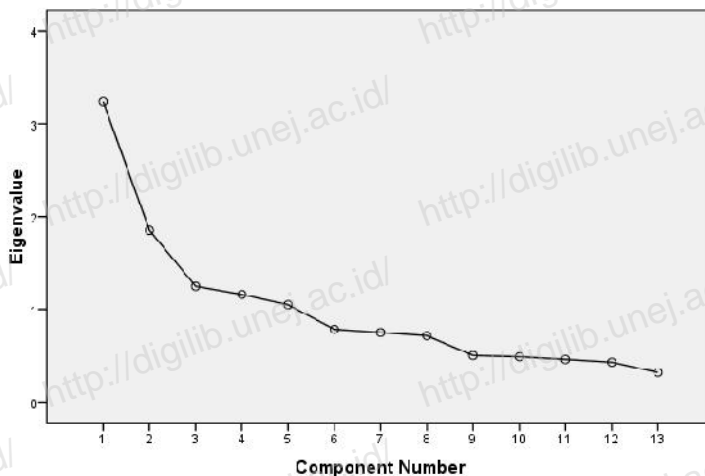


Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.239	24.915	24.915	2.302	17.705	17.705
2	1.853	14.250	39.165	1.704	13.109	30.814
3	1.249	9.610	48.775	1.533	11.790	42.603
4	1.160	8.925	57.700	1.516	11.665	54.269
5	1.049	8.067	65.768	1.495	11.499	65.768
6	.785	6.036	71.804			
7	.751	5.777	77.580			
8	.716	5.508	83.088			
9	.502	3.864	86.952			
10	.488	3.757	90.708			
11	.460	3.535	94.244			
12	.429	3.304	97.547			
13	.319	2.453	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Scree Plot



Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
X1	.032	.325	-.016	.033	.721
X2	.723	.050	.221	.062	-.144
X3	.612	.377	.069	-.278	.247
X5	-.056	.306	.684	.204	.068
X7	.336	.440	.152	-.408	.268
X8	.222	-.026	.830	.056	-.050
X9	.398	.540	-.056	.178	-.122
X10	.206	.152	.117	.747	.080
X11	-.145	.735	.272	.197	.100
X12	-.137	.092	.105	.736	.060
X13	.417	.014	.420	-.181	.297
X14	.765	.004	-.138	.102	.218
X15	.180	-.215	.042	.096	.802

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.