

## ANALISIS FAKTOR PERSEPSI MAHASISWA STATISTIKA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA DALAM MEMILIH KOS

Salsabila Basalamah<sup>1</sup>, Rismita Wahyu Widyastuti<sup>2</sup>, Nuriza Kurniadewi Savira<sup>3</sup>,  
Edy Widodo<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta  
16611078@students.uii.ac.id

### ABSTRAK

Mahasiswa menggunakan jasa sewa tempat tinggal kos untuk dijadikan tempat tinggal sementara, selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Untuk mendapatkan tempat tinggal (kos) sementara yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi mahasiswa Statistika Universitas Islam Indonesia dalam memilih kos. Penelitian ini menggunakan Analisis Faktor. Dari sebelas faktor yang diuji didapatkan lima faktor yang layak menjadi faktor persepsi mahasiswa dalam pemilihan kos yaitu kamar mandi menjadi peringkat pertama dalam faktor persepsi mahasiswa dalam memilih kos yang diikuti faktor harga sewa kos, wifi, fasilitas khusus, dan dapur.

**Kata Kunci:** Kos, Keputusan Mahasiswa, Analisis Faktor, Universitas Islam Indonesia, Persepsi Mahasiswa Statistika

### ABSTRACT

*Students use boarding house rental services to be used as temporary shelter, while studying in college. To get a temporary residence (boarding house) that suits your wants and needs while studying in college. The purpose of this research is to find out what factors influence the perception of Statistics students of the Islamic University of Indonesia in choosing boarding. This research uses Factor Analysis. Of the eleven factors tested, five factors were found to be students' perception factors in the boarding house selection, namely the bathroom ranked first in the student perception factor in choosing a boarding house followed by boarding rental price, wifi, special facilities, and the kitchen.*

**Keywords:** Boarding House, Student Decision, Factor Analysis, Indonesian Islamic University, Statistics Student Perception

### PENDAHULUAN

Yogyakarta sering dikenal sebagai kota pelajar karena banyaknya perguruan tinggi yang tersebar di wilayah ini baik perguruan tinggi negeri maupun swasta. Salah satu perguruan tinggi swasta di Yogyakarta adalah Universitas Islam Indonesia.

Mahasiswa perantau yang berasal dari luar daerah yang jauh yang sedang menempuh pendidikan di Universitas Islam Indonesia mayoritas memilih kos untuk dijadikan tempat tinggal sementara selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Untuk mendapatkan kos yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Ada beberapa faktor antara lain harga, jarak, fasilitas, keamanan, lingkungan, dan kelompok referensi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah harga, jarak, fasilitas, keamanan, lingkungan, maupun kelompok referensi mempengaruhi mahasiswa dalam pemilihan kos.

### METODE

#### Analisis Faktor

Menurut Widarjono (2010), Analisis Faktor adalah sebuah teknik yang digunakan untuk mencari faktor-faktor yang mampu menjelaskan hubungan (korelasi) antara berbagai indikator independen yang diobservasi. Tujuan utama Analisis Faktor adalah untuk mengidentifikasi faktor umum atau laten yang bertanggung jawab terhadap korelasi antar variabel indikator.

Jika dalam suatu penelitian mempunyai variabel yaitu  $X_1, X_2, X_3, \dots, X_p$ . Maka, faktor dapat dituliskan secara matematis. Sehingga, kombinasi linier dari atribut-atribut tersebut dengan formulasi:

$$F_1 = a_{11}X_1 + a_{12}X_2 + a_{13}X_3 + \dots + a_{1p}X_p \quad (1)$$

$$F_2 = a_{21}X_1 + a_{22}X_2 + a_{23}X_3 + \dots + a_{2p}X_p \quad (2)$$

$$F_i = a_{i1}X_1 + a_{i2}X_2 + a_{i3}X_3 + \dots + a_{ip}X_p \quad (3)$$

Faktor yang terbentuk dari variabel ini bisa berjumlah satu atau lebih tergantung hasil perhitungan yang dilakukan. Jumlah faktor yang didapat tentunya akan lebih kecil dibanding variabel aslinya. Untuk menentukan banyaknya faktor yang terbentuk, perlu diketahui bahwa reduksi variabel dengan membentuk faktor dilakukan dengan mempertahankan keragaman (variasi) data asli sebesar mungkin.

Varian dari faktor ke- $i$  ( $F_i$ ) disebut dengan akar ciri atau *eigenvalue* ( $\lambda_i$ ). Dengan demikian, jumlah akar ciri adalah:

$$\sum_{i=1}^p \lambda_i = \lambda_1 + \lambda_2 + \dots + \lambda_p \quad (4)$$

Dimana  $\lambda_1 \geq \lambda_2 \geq \dots \geq \lambda_p$ . Dengan demikian, proporsi *eigenvalue* dari faktor ke- $i$  adalah:

$$p(\lambda_i) = \frac{\lambda_i}{\lambda_1 + \lambda_2 + \dots + \lambda_p} \quad (5)$$

Menurut Morrison (1990), jumlah faktor telah cukup jika proporsi kumulatif keragaman mencapai 75%. Sedangkan menurut Johnson dan Wischern (2002) menyebutkan kumulatif yang keragaman mencukupi sekitar 0.8 sampai 0.9 atau 80%-90%. Proporsi varian suatu faktor dikenal dengan nama *Communality*.

Selain berdasarkan proporsi, pemilihan faktor juga dapat didasarkan dari nilai *eigenvalue*, dimana faktor dipilih jika nilainya  $>1$ . Faktor yang terbentuk secara berurutan mempunyai varian dari yang mempunyai nilai terbesar sampai terkecil. Faktor yang digunakan hanya yang memiliki varian faktor  $>1$ .

Langkah-langkah dalam melakukan Analisis Faktor sebagai berikut:

1. Melakukan uji korelasi antar variabel asal dengan tujuan penyusutan variabel analisis faktor menjadi lebih Sederhana dan bermanfaat, tanpa kehilangan banyak informasi sebelumnya.
2. Uji kelayakan data (menggunakan basis faktor) apakah cocok dilakukan Analisis Faktor.
3. Melihat nilai KMO dari masing-masing variabel.
4. Untuk variabel yang tidak memiliki nilai KMO di atas 0.05, maka variabel tersebut dikeluarkan dari analisis.
5. Jika terdapat variabel yang tidak memenuhi syarat KMO, maka variabel dikeluarkan dan dilakukan Analisis Faktor kembali.
6. Setelah seluruh variabel memenuhi persyaratan KMO, maka variabel sisa itulah yang menjadi faktor-faktor dalam analisis ini.

Setelah yakin dengan faktor yang terbentuk, maka berikan penamaan pada faktor tersebut dengan cara melihat variabel-variabel apa saja yang menyusun faktor tersebut.

#### Uji Barlett

Menurut Hardinus Usman dan Nurdin Sobari (2013), pengujian ini digunakan untuk melihat apakah variabel yang digunakan memiliki hubungan (korelasi) dengan variabel lainnya. Jika variabel-variabel yang digunakan tidak memiliki hubungan (korelasi) dengan variabel lainnya, maka Analisis Faktor tidak dapat dilakukan.

Hipotesis pada uji *Barlett* yang dibentuk dalam pengujian adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Matriks korelasi merupakan Matriks Identitas

$H_1$  : Matriks korelasi bukan merupakan Matriks Identitas

Pengujian dilakukan dengan menggunakan Statistik *Chi-Square*, sebagaimana dapat dilihat di bawah ini:

$$\chi^2 = - \left[ (N - 1) - \frac{2p+5}{6} \right] \ln |R| \quad (6)$$

dengan N = Jumlah observasi; p = Jumlah variabel; |R| = Determinan matriks korelasi

Setelah menghitung Statistik *Chi Square*, maka langkah selanjutnya adalah mengambil keputusan. Adapun kriteria keputusannya adalah tolak  $H_0$  apabila:

$$\chi_{hitung}^2 > \chi^2 \alpha, \frac{p(p-1)}{2} \quad (7)$$

#### Uji Kaiser Mayer Olkin (KMO)

Hardinus Usman dan Nurdin Sobari (2013), *Kaiser Mayer Olkin* atau KMO adalah suatu uji untuk menunjukkan apakah metode sampling yang digunakan memenuhi syarat atau yang berimplikasi, apakah data dapat dianalisis lebih lanjut menggunakan Analisis Faktor atau tidak. Adapun formulasi pengujian secara matematis dituliskan dengan:

$$KMO = \frac{\sum_i^n \sum_{j \neq i}^n r_{ij}^2}{\sum_i^n \sum_{j \neq i}^n r_{ij}^2 + \sum_i^n \sum_{j \neq i}^n a_{ij}^2} \quad (8)$$

dengan  $r_{ij}^2$  = Koefisien korelasi sederhana dari variabel i dan j;  $a_{ij}^2$  = Koefisien korelasi parsial dari variabel i dan j

Setelah mendapatkan nilai KMO, maka dapat diidentifikasi nilai KMO yang didapat sebagai berikut:

**Tabel 1.** Nilai KMO

Nilai KMO	Keterangan
0.9 - 1.0	Data sangat baik untuk dilakukan Analisis Faktor
0.8 - 0.9	Data baik untuk dilakukan Analisis Faktor
0.7 - 0.8	Data agak/lumayan baik untuk dilakukan Analisis Faktor
0.6 - 0.7	Data lebih dari cukup untuk digunakan dalam Analisis Faktor
0.5 - 0.6	Data cukup untuk dilakukan Analisis Faktor
≤ 0.5	Data tidak layak untuk dilakukan Analisis Faktor

Dari tabel 1 Dapat diidentifikasi bahwa jika nilai KMO yang diperoleh lebih kecil dari 0.5, maka tidak perlu dilakukan Analisis Faktor.

#### Measure of Sampling Adequacy

Hardinus Usman dan Nurdin Sobari (2013), *Measure of Sampling Adequacy* atau MSA adalah sebuah statistik yang berguna untuk mengukur seberapa tepat suatu variabel terprediksi oleh variabel lain dengan error yang relatif kecil. Formulasi perhitungannya adalah dengan membandingkan antara korelasi terobservasi dengan korelasi parsial. Perhitungan secara matematis dirumuskan dengan:

$$MSA = \frac{\sum_i^n \sum_{j \neq i}^n r_{ij}^2}{\sum_i^n \sum_{j \neq i}^n a_{ij}^2} \quad (9)$$

$i = 1, 2, \dots, p$  dan  $j = 1, 2, \dots, p$

dengan  $r_{ij}^2$  = Koefisien korelasi sederhana dari variabel I dan j;  $a_{ij}^2$  = Koefisien korelasi parsial dari variabel I dan j;  $i = 1, 2, \dots, p$ ;  $j = 1, 2, \dots, p$

Nilai MSA berkisar antara 0 sampai 1 dan berdasarkan nilai MSA yang diperoleh akan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- MSA = 1, setiap variabel mampu diprediksi variabel lain secara tepat (tanpa error).
- MSA ≥ 0.5, variabel dapat diprediksi variabel lain.
- MSA < 0.5, variabel tidak diprediksi dan harus dikeluarkan dari analisis.

Koefisien yang didapat dari fungsi linier faktor merupakan penimbang untuk mendapatkan skor masing-masing faktor. Akan tetapi dengan hanya melihat kondisi tersebut, belum bisa mengelompokkan variabel ke dalam faktor. Untuk mengelompokkannya, perlu dilakukan rotasi dari

matriks *loading* yang berisi koefisien dari faktor yang merupakan kombinasi linear variabel yang telah dibakukan.

Ada beberapa teknik rotasi yang dapat dilakukan, salah satu teknik yang banyak digunakan adalah Rotasi Varimax. Rotasi Varimax adalah metode memaksimalkan varian *loading* masing-masing faktor maksimum sehingga terlihat variabel-variabel dalam suatu faktor juga maksimum, sedangkan korelasi dengan faktor lain mendekati nol. Maka akan diperoleh sekumpulan variabel yang berkorelasi kuat dalam satu faktor dan tidak mempunyai korelasi dengan variabel lain.

### **Kos**

Menurut *Wikipedia* (2017), Kos atau indekos adalah sebuah jasa yang menawarkan sebuah kamar atau tempat untuk ditinggali dengan sejumlah pembayaran tertentu pada setiap periode tertentu (umumnya pembayaran per bulan atau per tahun).

Sedangkan kos berasal dari kata indekos yang artinya adalah menumpang tinggal dan makan (dengan membayar). (Kamus Besar Bahasa Indonesia 1997: 376).

### **Mahasiswa**

Menurut Santoso (2012), Mahasiswa adalah seseorang yang sedang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut atau akademi. Seseorang yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi dapat disebut sebagai mahasiswa. Tetapi pada dasarnya makna mahasiswa tidak sesempit itu. Terdaftar sebagai mahasiswa di sebuah perguruan tinggi hanyalah syarat administratif menjadi mahasiswa, tetapi menjadi mahasiswa mengandung pengertian yang lebih luas dari sekedar masalah administratif itu sendiri.

### **Harga**

Menurut William J. Stanton (2000) harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.

### **Jarak**

Daldjoeni (1997) mengatakan bahwa jarak merupakan sesuatu yang harus ditempuh dari suatu lokasi yang lain, jarak dapat dinyatakan dengan jarak mutlak dan jarak nisbi. Jarak mutlak dinyatakan dalam satuan unit ukuran fisik seperti mil, km, meter, dan sebagainya. Selain itu jarak tidak terlalu diartikan sebagai ukuran fisik untuk mencapai lokasi yang dituju. Jarak dapat meliputi jarak biaya perjalanan dan jarak waktu.

### **Fasilitas**

Menurut Suryo Subroto (2000), fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha baik berupa benda-benda maupun uang. Seperti menurut Suryono Sobroto, banyak para ahli mengatakan bahwa fasilitas merupakan sesuatu yang dapat memperlancar kelangsungan suatu usaha seseorang. Fasilitas dapat dibedakan menjadi dua yaitu fasilitas umum dan khusus.

### **Kenyamanan**

Kenyamanan dan perasaan nyaman adalah penilaian komprehensif seseorang terhadap lingkungannya. Kenyamanan tidak dapat diwakili oleh satu angka tunggal. Manusia menilai kondisi lingkungan berdasarkan rangsangan yang masuk ke dalam dirinya melalui keenam indera melalui syaraf dan dicerna otak untuk dinilai. Dalam hal ini yang terlibat tidak hanya masalah fisik biologis, namun juga perasaan. Suara, cahaya, bau, suhu dan lain-lain rangsangan ditangkap sekaligus, lalu diolah oleh otak. Kemudian otak akan memberikan penilaian relatif apakah kondisi itu nyaman atau tidak. Ketidaknyamanan di satu faktor dapat ditutupi oleh faktor lain. (Satwiko, 2009)

### **Lingkungan**

Menurut Jonny Purba (2005), "Lingkungan hidup adalah wilayah tempat berlangsungnya bermacam-macam interaksi sosial antara berbagai kelompok beserta pranatanya dengan simbol dan nilai".

### **Referensi**

Menurut Sumarwan (2004), referensi atau rujukan adalah setiap orang atau kelompok yang dianggap sebagai dasar perbandingan bagi seseorang dalam membentuk nilai dan sikap umum atau khusus atau pedoman khusus bagi perilaku. Faktor yang berdampak pada pengaruh referensi adalah informasi, pengalaman, kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan kelompok rujukan. Sebelum menggunakan jasa kosan, beberapa mahasiswa terlebih dahulu mencari referensi jasa kosan baik dalam bentuk referensi teman, keluarga, promosi atau iklan, maupun mencari sendiri.

#### Uji Reliabilitas dan Validitas

Menurut Saifuddin Azwar (2012), Reliabilitas adalah keakuratan dan ketepatan dari suatu alat ukur dalam suatu prosedur pengukuran. Reliabilitas berasal dari kata *reliability* yang berarti sejauh mana hasil suatu proses pengukuran dapat dipercaya. Hasil suatu proses pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok objek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama artinya tetap adanya toleransi terhadap perbedaan-perbedaan kecil yang dapat terjadi diantara hasil beberapa kali pengukuran, selama aspek yang diukur dalam diri subyek belum berubah. Apabila terjadi perbedaan yang sangat besar dari waktu ke waktu maka hasil pengukuran tersebut tidak dapat dipercaya dan tidak reliabel artinya pengukuran tersebut tidak dapat dikatakan akurat karena konsistensi menjadi syarat bagi akurasi.

Validitas berasal dari kata *validity* yang berarti sejauh mana akurasi suatu tes atau skala dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Suatu pengukuran dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila menghasilkan data yang secara akurat (tepat dan cermat) memberikan gambaran mengenai variabel yang diukur, seperti dikehendaki oleh tujuan pengukuran tersebut dan memiliki validitas yang rendah apabila tes menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran. Validitas adalah aspek kecermatan pengukuran yang artinya pengukuran tersebut mampu memberikan gambaran dan makna terhadap perbedaan sekecil-kecilnya angka yang didapat oleh individu yang berbeda. Menurut Cronbach, tujuan dari proses validasi tidak untuk melakukan validasi terhadap tes melainkan melakukan validasi terhadap interpretasi fakta yang didapat oleh suatu proses tertentu.

#### HASIL

Untuk Penelitian ini menggunakan data hasil kuisiner dengan respondennya merupakan mahasiswa Universitas Islam Indonesia jurusan Statistika yang memilih tinggal di kos. Untuk mendapatkan data tentang keputusan mahasiswa dalam memilih kos, langkah awal adalah pembuatan kuisiner yang diuji validitas dan reliabilitas. Uji yang dilakukan menyatakan bahwa kuisiner *valid* dan *reliable* dan selanjutnya dilakukan analisis faktor. Dimana faktor yang dimiliki antara lain: harga, jarak, wifi, dapur, kamar mandi, garasi, listrik, fasilitas khusus, lingkungan, dan referensi.

Tabel 2. KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin	Measure of Sampling Adequacy	0.646
Barlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	31.683
	df	10
	Sig.	0.000

Diperoleh hasil uji KMO dan *Bartlett* pada tabel 2 yaitu nilai KMO sebesar 0.646 yang menunjukkan bahwa unit observasi baik dan dapat dilanjutkan dengan Analisis Faktor. Dapat dilihat Uji *Barlett* menunjukkan nilai *Chi-Square* yang besar sehingga nilai signifikansi sebesar 0.000. Sehingga diputuskan untuk tolak  $H_0$  maka matriks korelasi bukan matriks identitas.

Tabel 3. Anti-Image Matrices

Anti-image	Kamar	F.Khusus	Harga	Wifi	Dapur
------------	-------	----------	-------	------	-------

Correlation	Mandi				
Kamar Mandi	0.558 <sup>a</sup>	0.028	0.324	0.000	0.021
F.Khusus	0.028	0.709 <sup>a</sup>	0.182	-0.206	-0.187
Harga	0.448	0.182	0.605 <sup>a</sup>	0.058	0.244
Wifi	0.000	-0.206	0.058	0.721 <sup>a</sup>	-0.166
Dapur	0.021	-0.187	0.244	-0.166	0.708 <sup>a</sup>

Pada hasil *Anti-image Matrices* yang berisi MSA. Nilai MSA terletak pada diagonal *Anti-image Correlation* yang ditandai dengan "a". Berdasarkan tabel 3 terlihat bahwa semua faktor pada nilai MSA bernilai > 0.5.

Selanjutnya hasil pada Analisis Faktor adalah *communalities*. *Communalities* adalah proporsi varian variabel yang dapat dijelaskan oleh faktor. Semakin besar nilai komunalitas, maka semakin besar pula hubungan variabel dengan faktor.

Tabel 4. *Communalities*

	Initial	Extraction
Kamar Mandi	1.000	0.788
F.Khusus	1.000	0.541
Harga	1.000	0.726
Wifi	1.000	0.543
Dapur	1.000	0.501

Berdasarkan tabel 4 diketahui hasil tabel *Communalities*. Diketahui bahwa hasil *Communalities Extraction* semua faktor bernilai > 0.5 yang artinya hubungan antara variabel dan faktor relatif besar. Sedangkan *Communalities Initial* menggambarkan estimasi varian masing-masing variabel berdasarkan faktor yang terbentuk. Terlihat pada tabel *Communalities* bahwa *Communalities Initial* semua faktor bernilai satu yang artinya varian variabel tersebut dapat dijelaskan oleh faktor-faktor yang terbentuk. Dengan hasil yang didapatkan, maka variabel-variabel yang digunakan telah mendapatkan faktor yang baik karena faktor mampu mempresentasikan keragaman dari variabel-variabel yang digunakan ditunjukkan oleh tingginya hubungan antara variabel dan faktor.

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan seberapa besar sebuah variabel dapat menjelaskan faktor. Variabel kamar mandi bernilai 0.788, maka variabel kamar mandi menjelaskan faktor pemilihan kos sebesar 78.8%. Begitu pula dengan variabel lainnya, dimana semuanya > 50%, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kamar mandi, fasilitas khusus, harga, *wifi*, dan dapur dapat menjelaskan faktor dalam memilih kos. Dalam menentukan faktor-faktor dominan yang mempengaruhi mahasiswa Universitas Islam Indonesia jurusan Statistika dalam memilih kos menggunakan nilai *eigen*. Dalam penentuan faktor dalam pemilihan kos menggunakan nilai *eigen* dengan nilai *eigen* yang lebih besar dari satu, maka dianggap signifikan.

Tabel 5. *Total Variance Explained*

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.007	40.138	40.138
2	1.093	21.861	61.998
3	0.739	14.778	76.777
4	0.689	13.783	90.560
5	0.472	9.440	100.000

Berdasarkan tabel 5 didapatkan total *variance explained* terlihat bahwa terdapat 5 faktor (*component*) yang terbentuk. Faktor ke-1 memiliki nilai *eigen values* sebesar 2.007 dengan varian sebesar 40.138% dan faktor ke-2 memiliki nilai *eigen values* sebesar 1.093 dengan varian sebesar 21.861%. Kumulatif varian sebesar 61.998% dinilai telah cukup, maka faktor yang dibuat cukup dua seperti yang terlihat pada kolom *Extraction Sums of Squared Loadings*.

Berdasarkan hasil Analisis Faktor diperoleh dari total *variance explained* yang ditampilkan dalam tabel 6.

**Tabel 6.** Variabel Eksponen

Komponen	Nilai Akar Ciri	Variansi (%)	Kumulatif (%)
1	2.007	20.138	40.138
2	1.093	21.861	61.998
3	0.739	14.778	76.777
4	0.689	13.783	90.560
5	0.472	9.440	100.000

Dari hasil Analisis Faktor dalam tabel 6 memperlihatkan bahwa terdapat 5 komponen utama yang memiliki nilai *eigen* lebih besar dari satu. Kelima komponen utama ini secara berturut-turut diperoleh nilai variansi yaitu: 20.138%, 21.861%, 14.778%, 13.783%, 9.440%, dengan jumlah persentase kumulatif sebesar 80%.

**Tabel 7.** *Rotated Component Matrix*

	Component	
	1	2
Wifi	0.736	-0.035
F.Khusus	0.725	0.125
Dapur	0.664	0.246
Kamar Mandi	-0.38	0.887
Harga	-0.327	-0.787

Berdasarkan tabel 7 *Rotated Component Matrix* terlihat bahwa terdapat tiga atribut yang berkorelasi kuat dengan faktor 1 yaitu fasilitas wifi, Fasilitas Khusus (F.Khusus), dan Dapur. Sedangkan fasilitas Kamar Mandi dan Harga berkorelasi dengan faktor 2. Dari hasil *output Rotated Component Matrix* pada tabel 7 dapat dituliskan persamaan sebagai berikut:

$$F_1 = 0.736X_1 + 0.725X_2 + 0.664X_3 \quad (10)$$

$$F_2 = 0.887X_4 - 0.787X_5 \quad (11)$$

Dengan:  $X_1$  : Wifi,  $X_2$  : Fasilitas Khusus,  $X_3$ : Dapur,  $X_4$ : Kamar Mandi,  $X_5$ : Harga.

Hasil dari penelitian didapatkan dari kelima faktor, kamar mandi sebagai fasilitas yang paling berpengaruh dalam persepsi penentuan memilih kos mahasiswa Universitas Islam Indonesia, diikuti fasilitas harga kos, wifi, fasilitas khusus, dan dapur.

## SIMPULAN

Penelitian ini didapatkan faktor pertama terdiri dari variabel wifi, fasilitas khusus, dapur dan harga. Sedangkan, pada faktor kedua terdiri dari variabel kamar mandi. Sehingga dari kelima variabel, wifi dan kamar mandi sebagai fasilitas yang paling berpengaruh dalam persepsi penentuan memilih kos mahasiswa Universitas Islam Indonesia, diikuti fasilitas-fasilitas lainnya. harga kos, wifi, fasilitas khusus, dan dapur..

## DAFTAR RUJUKAN

- Agus Widarjono. (2010). *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Edisi pertama. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Anonim. (1997). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Azwar, Saifuddin. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Daldjoeni. (1997). *Dasar-dasar Ilmu Pengetahuan Sosial*. Bandung: Alumni.
- Haryono, Bambang Santoso, dkk. (2012). *Capacity Building*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Johnson, Richard A., dan Wichern, Dean W. (2002). *Applied Multivariate Statistical Analysis Fifth Edition*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Morrison, D. F. (1990). *Multivariate Statistical Method (third edition)*. Mc Graw Hill Publishing Company. New York.
- Primananda, Agustinus. (2010). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen dalam Membeli Rumah* (Studi Kasus di Perumahan Bukit Semarang Baru, Semarang). Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Purba, Jonny. (2005). *Pengelolaan Lingkungan Sosial*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Satwiko. P. 2008. *Fisika Bangunan*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Stanton, William J, (2000). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi ke 3, Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga.
- Sumarwan, Ujang. (2004). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia, Bogor
- Suryosubroto. (2002). *Proses Belajar Mengajar Di Sekolah*. Jakarta: Rineka Cipta
- Usman, Hardius dan Nurdin Sobari. (2013). *Aplikasi Teknik Multivariate untuk Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wikipedia. (2017). "Indekos". Diakses pada tanggal 2 April 2018 dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Indekos>
- Widarjono, A. (2010). *Analisis Statistika Multivariate Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN