

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan mengenai hubungan strategi pemasaran terhadap permintaan lulusan. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas (*independent variabel*) yaitu strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu, meliputi produk, harga, distribusi, promosi, orang, lingkungan fisik, dan proses. Variabel terikat (*dependent variabel*) yaitu permintaan lulusan meliputi jumlah yang diminta, kualifikasi lulusan yang diinginkan, dan kemampuan menerima lulusan.

Pelaksanaan penelitian dimulai dari bulan Desember 2012 sampai dengan selesai. Penelitian dilakukan di SMKN 1 Cimahi yang beralamat di Jl. Mahar Martanegara No. 48 Leuwigajah RT 008/RW 003. Desa Utama Cimahi 40533 dan SMKN 2 Cimahi Jl. Kamarung Km. 11,5, Citureup/Kota Cimahi, Cimahi Utara, Kota Cimahi 40512.

Berdasarkan variabel penelitian tersebut, penulis mencoba menganalisis sampai sejauh mana hubungan strategi pemasaran terhadap permintaan lulusan. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pihak sekolah.

#### **3.2 Metode dan Desain Penelitian**

##### **3.2.1 Metode Penelitian**

Dalam penelitian, terlebih dahulu seorang peneliti harus menentukan metode apa yang akan digunakannya. Hal ini dimaksudkan agar dapat mengarahkan dan menjadi pedoman bagi seorang peneliti dalam melaksanakan

penelitian. Pemilihan metode penelitian pun harus tepat supaya analisis penelitiannya mendapatkan hasil yang akurat. Sugiyono (2001:1) mengemukakan bahwa: “Metode penelitian merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu.”

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Mohammad Nasir (2003:54) mengemukakan bahwa:

”Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status, sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskripsi adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat, mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki”.

Metode statistik deskriptif menurut Ating Somantri dan Sambas Ali Muhidin (2006:19) adalah membahas cara-cara pengumpulan data, penyederhanaan angka-angka pengamatan yang diperoleh (meringkas dan menyajikan), serta melakukan pengukuran pemusatan dan penyebaran data untuk memperoleh informasi yang lebih menarik, berguna dan mudah dipahami. Dengan statistika deskriptif, kumpulan data yang diperoleh akan tersaji dengan ringkas dan rapi serta dapat memberikan informasi inti dari kumpulan data yang ada. Informasi yang dapat diperoleh dengan statistika deskriptif ini antara lain pemusatan data, penyebaran data, serta kecenderungan suatu gugus data.

Dengan demikian penelitian ini selain memberikan gambaran tentang keterkaitan fenomena-fenomena yang ada, juga memberikan keterangan tentang keterkaitan variabel-variabel yang diteliti, pengujian hipotesis dan membuat prediksi untuk memperoleh makna dari permasalahan yang diteliti. Dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif, maka dapat diperoleh deskripsi mengenai strategi pemasaran dan permintaan lulusan.

Sedangkan jenis penelitian verifikatif menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan. Sifat verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui

pengumpulan data di lapangan, dimana dalam penelitian ini penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui hubungan strategi pemasaran terhadap permintaan lulusan.

Akhirnya dapat disimpulkan bahwa metode deskriptif dan verifikatif merupakan metode yang sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini, karena metode penelitian ini tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada saat penelitian dan dengan penelitian ini penulis dapat menuturkan, mengklasifikasikan, dan mengolah data yang terkumpul.

### 3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan serangkaian pengamatan yang di lakukan selama jangka waktu tertentu terhadap suatu fenomena yang memerlukan jawaban dan penjelasan. Moh. Nazir (2005:84) menyatakan bahwa penelitian adalah suatu proses mencari sesuatu secara sistematis dalam waktu yang lama dengan menggunakan metode ilmiah serta aturan-aturan yang berlaku.

Menurut Malhotra dalam Istijanto (2005:29) mendefinisikan desain riset sebagai berikut:

”Suatu kerangka kerja atau cetak biru (*blueprint*) yang merinci secara detail prosedur yang di perlukan untuk memperoleh informasi guna menjawab masalah riset dan menyediakan informasi yang di butuhkan bagi pengambilan keputusan. Dalam tahap ini, periset akan mengembangkan desain riset yang cocok untuk menjawab permasalahan riset”.

Menurut Istijanto (2005;29) desain riset dapat dibagi menjadi tiga macam, yaitu:

#### 1. Riset eksplanatori

Riset eksplanatori adalah desain riset yang digunakan untuk mengetahui permasalahan dasar.

## 2. Riset deskriptif

Riset deskriptif adalah desain riset yang digunakan untuk menggambarkan sesuatu.

## 3. Riset kausal

Riset kausal yaitu desain riset yang digunakan untuk menguji hubungan sebab akibat.

Masalah yang menjadi inti dalam penelitian ini memiliki ketergantungan antara yang satu dengan yang lainnya. Penelitian ini sendiri menguji tingkat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Maka dari itu, desain penelitiannya bersifat kausal.

Desain kausalitas ini tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat, sehingga di ketahui mana yang menjadi variabel yang mempengaruhi, mana variabel yang di pengaruhi. Hal ini sesuai dengan yang di katakan oleh Malhotra (2005:100) bahwa desain kausalitas tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan bukti mengenai hubungan sebab-akibat. Maka desain kausalitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan strategi pemasaran terhadap permintaan lulusan.

### 3.3 Operasionalisasi Variabel

Definisi variabel dipergunakan untuk menghindari perbedaan penafsiran serta kekeliruan yang mungkin terjadi terhadap istilah-istilah yang dipergunakan. Dengan definisi variabel maka permasalahan yang diteliti akan terarah. Menurut Suharsimi (2006:118) variabel adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam penelitian ini ada tiga variabel yang akan dibahas, yaitu :

a. Variabel bebas pertama (X) adalah strategi pemasaran

b. Variabel terikat (Y) adalah permintaan lulusan

**Liem Hendra Gunawan, 2013**

Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Permintaan Lulusan Di Dunia Usaha/Dunia Industri  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Skala pengukuran dalam menjangkau data penelitian ini seluruhnya diukur dalam skala ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, yaitu “Skala yang berjenjang yaitu jarak data yang satu dengan yang lainnya tidak sama”. (Sugiyono, 2004:70)

Untuk lebih rincinya, operasionalisasi variabel penelitian tersebut dapat dirangkum dalam tabel berikut

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel Strategi Pemasaran**

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Strategi Pemasaran (X)	Rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu.  Chandra (2002: 93)	1. Produk 2. Harga 3. Distribusi 4. Promosi 5. Orang 6. Lingkungan Fisik 7. Proses	1. Siswa 2. Biaya sekolah 3. Lokasi sekolah 4. Promosi sekolah 5. Guru-guru 6. Sarana dan prasana sekolah 7. Proses belajar mengajar	Likert

**Tabel 3.2**  
**Operasionalisasi Variabel Permintaan Lulusan**

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Permintaan Lulusan (Y)	Sejumlah barang dan jasa yang diminta seseorang ataupun individu dalam waktu tertentu pada berbagai tingkat harga.  Eeng Ahman dan Yana Rohmana (2009: 89)	1. Jumlah yang diminta  2. Kualifikasi lulusan yang diinginkan  3. Kemampuan menerima lulusan	1. Banyaknya lulusan yang diterima  2. Kualitas lulusan yang diinginkan  3. Kemampuan menerima lulusan	Likert

### 3.4 Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Penarikan Sampel

#### 3.4.1 Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan subyek darimana data diperoleh, baik secara langsung dari obyek penelitian (sumber data primer) maupun tidak langsung (sumber data sekunder).

##### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data dimana data tersebut diperoleh secara langsung dari subyek yang berhubungan dengan penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer yaitu melalui penyebaran kuesioner, observasi, dan wawancara pada pihak-pihak yang dijadikan objek penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer yaitu hasil

wawancara, observasi dan kuesioner mengenai strategi pemasaran dan permintaan lulusan, dan hubungan strategi pemasaran terhadap permintaan lulusan.

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data penelitian yang tidak berhubungan langsung dengan obyek penelitian melainkan sifatnya membantu dan dapat memberi informasi untuk bahan penelitian. Data yang menjadi data sekunder pada penelitian ini yaitu dokumen-dokumen, laporan-laporan, buku-buku kantor yang memiliki keterkaitan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder yaitu data-data dan berkas-berkas mengenai strategi pemasaran dan permintaan lulusan, dan hubungan strategi pemasaran terhadap permintaan lulusan.

### 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data terdapat berbagai cara atau alat yang digunakan, dan satu sama lain dapat saling melengkapi. Pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan data yang diinginkan dan untuk selanjutnya data tersebut diolah, hasilnya berguna untuk pengujian hipotesis atau pengambilan suatu keputusan.

Adapun tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan pihak-pihak terkait yang dijadikan objek dalam penelitian. Dengan maksud untuk memperoleh informasi yang lebih jelas sehingga dapat mendukung penafsiran yang akurat dari hasil kuesioner yang disebar. Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan pimpinan sekolah dan beberapa peserta didik baik secara formal maupun informal untuk mendapatkan informasi mengenai strategi pemasaran dan permintaan lulusan, dan hubungan strategi pemasaran terhadap permintaan lulusan.

**Liem Hendra Gunawan, 2013**

Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Permintaan Lulusan Di Dunia Usaha/Dunia Industri  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

## 2. Kuesioner

Yaitu tehnik pengumpulan data dengan cara penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi anggota sampel penelitian dengan alternatif jawaban yang disediakan. Kuesioner yang penulis ajukan menggunakan skala sikap kategori Likert yang memiliki empat respon untuk variable X jawaban yaitu Selalu (S), Sering (SR), Kadang-kadang (KD), Tidak Pernah (TP) dan untuk Variabel Y memiliki lima respon untuk jawaban yaitu Sangat Banyak (SB), Banyak (B), Cukup Banyak (CB), Kurang Banyak (KB), dan Tidak Ada (TA) atau jawaban alternative ke dua yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Cukup Sesuai (CS), Kurang Sesuai (KS), Tidak Sesuai (TS) . Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2000:73) bahwa: "Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial."

Instrumen sebagai alat pengumpulan data sangatlah perlu diuji kelayakannya, karena akan menjamin bahwa data yang dikumpulkan tidak bias. Pengujian instrumen ini dilakukan melalui pengujian validitas dan pengujian reliabilitas. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Instrumen pengumpulan data yang layak adalah yang telah memenuhi syarat valid dan reliabel.

Dalam menyusun kuisisioner, dilakukan beberapa prosedur berikut:

- a. Menyusun kisi-kisi kuisisioner atau daftar pernyataan atau pertanyaan.
- b. Merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif jawaban. Jenis instrumen yang digunakan dalam kuesioner merupakan instrumen yang bersifat tertutup. Menurut Suharsimi Arikunto (2002:128), "Instrumen tertutup yaitu seperangkat daftar pertanyaan yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih".

**Liem Hendra Gunawan, 2013**

Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Permintaan Lulusan Di Dunia Usaha/Dunia Industri  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

- c. Responden hanya membubuhkan tanda cakra pada alternatif jawaban yang dianggap paling tepat, yang telah disediakan.
- d. Menetapkan pemberian skor pada setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini, setiap jawaban responden diberi nilai dengan skala likert. Menurut Sugiyono (2004:86), “Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif”.

### 3. Observasi

Penulis mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian untuk memperoleh data tentang strategi pemasaran dan permintaan lulusan. Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi langsung ke sekolah untuk melihat langsung keadaan disana yang berkenaan dengan strategi pemasaran, permintaan lulusan, dan hubungan strategi pemasaran terhadap permintaan lulusan.

### 4. Studi kepustakaan

Penelitian kepustakaan dimaksudkan untuk mendukung penelitian secara langsung pada objek yang diteliti. Penelitian ini dilakukan dengan jalan mencari informasi dari buku-buku, literatur, konsep-konsep dan materi-materi yang berkaitan dengan objek yang diteliti. Hal ini dilakukan guna mendukung kebenaran data yang diperoleh pada objek yang diteliti. Dalam penelitian ini penulis mencari informasi dari berbagai buku yang berisi informasi-informasi mengenai strategi pemasaran, permintaan lulusan, dan hubungan strategi pemasaran terhadap permintaan lulusan.

#### 3.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Salah satu syarat penelitian adalah adanya data yang akurat dari sumber data yang dapat dipertanggungjawabkan serta sesuai dengan tujuan penelitian yang bersangkutan. Oleh karena itu perlu ditentukan populasi serta sampel dari penelitian yang dimaksud.

**Liem Hendra Gunawan, 2013**

Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Permintaan Lulusan Di Dunia Usaha/Dunia Industri  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

### 3.4.3.1 Populasi

Kata populasi (*population/universe*) dalam statistika merujuk pada sekumpulan individu dengan karakteristik khas yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian (pengamatan). Populasi merupakan keseluruhan elemen, atau unit elementer, atau unit penelitian, atau unit analisis yang memiliki karakteristik tertentu yang dijadikan sebagai objek penelitian (Ating Somantri dan Sambas Ali Muhidin, 2006:62). Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai di SMKN 1 Cimahi dan SMKN 2 Cimahi.

### 3.4.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Sampel penelitian merupakan sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dengan menggunakan cara tertentu yang dianggap mewakili seluruh populasi itu. Sugiyono (2005:91) berpendapat bahwa sampel adalah “sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Karena jumlah populasi relatif kecil maka sampel diambil dengan menggunakan teknik sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2005 : 100), “sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel”. Istilah lain dari sampling jenuh adalah sensus, di mana semua anggota populasi dijadikan sampel. Jumlah total sampel yaitu 32 sampel dari SMKN 1 Cimahi berjumlah 17 sampel dan SMKN 2 Cimahi 15 sampel

## 3.5 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

### 3.5.1 Pengujian Validitas

Suatu instrumen disusun untuk mengumpulkan data yang diperlukan, sebab data merupakan alat pembuktian hipotesis. Oleh karena itu, suatu data harus memiliki tingkat kebenaran yang tinggi sebab akan menentukan kualitas penelitian. Uji validitas merupakan salah satu usaha penting yang

harus dilakukan peneliti guna mengukur kevalidan dari instrumen. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dari suatu instrumen penelitian. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono (2009: 173) bahwa: “instrumen yang valid berarti alat ukur yang dapat digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.”

Adapun rumus yang digunakan dalam uji validitas instrumen ini adalah *Pearson Product Moment* (Akdon, 2008: 144) sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\}\{n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{hitung}$  = koefisien korelasi

$n$  = jumlah responden

$\sum X_i Y_i$  = jumlah perkalian X dan Y

$\sum X_i$  = jumlah skor item

$\sum Y_i$  = jumlah skor total (seluruh item)

$\sum X_i^2$  = jumlah skor-skor X yang dikuadratkan

$\sum Y_i^2$  = jumlah skor-skor Y yang dikuadratkan

Uji validitas ini dilakukan pada setiap item pernyataan. Hasil koefisien korelasi tersebut selanjutnya diuji signifikansi koefisien korelasinya dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

$t$  = Nilai  $t_{hitung}$

$r$  = Koefisien korelasi hasil  $r_{hitung}$

$n$  = Jumlah responden

Hasil dari nilai  $t_{hitung}$  dikonsultasikan dengan Distribusi (tabel  $t$ ) untuk  $\alpha = 0,05$  dan  $dk = 20 - 2 = 8$ , dengan uji satu pihak, maka diperoleh  $t_{tabel} = 1,734$ .

Kaidah keputusan: Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti valid dan

$t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti tidak valid

Uji coba angket dilaksanakan di SMKN 1 Cimahi 14 guru dan staff hubungan industri. Adapun hasil perhitungan uji validitas setiap item dari kedua variabel penelitian dengan menggunakan bantuan *Microsoft Office Excel 2007* adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Rekapitulasi Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel X**  
**(Strategi Pemasaran)**

No Item	Koefisien Korelasi	Harga $t_{hitung}$	Harga $t_{tabel}$	Kesimpulan
1.	0,70	3,401	1,782	Valid
2.	0,90	7,206	1,782	Valid
3.	0,84	5,388	1,782	Valid
4.	0,70	3,376	1,782	Valid
5.	0,53	2,156	1,782	Valid
6.	0,58	2,489	1,782	Valid
7.	0,56	2,359	1,782	Valid
8.	0,64	2,881	1,782	Valid
9.	0,56	2,332	1,782	Valid

**Liem Hendra Gunawan, 2013**

Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Permintaan Lulusan Di Dunia Usaha/Dunia Industri  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

10.	0,64	2,901	1,782	Valid
11.	0,63	2,830	1,782	Valid
12.	0,83	5,108	1,782	Valid
13.	0,66	3,041	1,782	Valid
14.	0,70	3,366	1,782	Valid
15.	0,55	2,253	1,782	Valid
16.	0,58	2,498	1,782	Valid
17.	0,85	5,616	1,782	Valid
18.	0,55	2,253	1,782	Valid
19.	0,53	2,143	1,782	Valid
20.	0,51	2,037	1,782	Valid
21.	0,82	4,976	1,782	Valid
22.	0,50	1,999	1,782	Valid

Setelah dilakukan uji validitas terhadap angket variabel X, dapat disimpulkan bahwa 22 item pernyataan dinyatakan valid. Item yang mempunyai validitas tertinggi adalah item 2 dengan koefisien korelasi 0,90 dan paling rendah adalah item 22 dengan koefisien korelasi 0,50.

**Tabel 3.4**  
**Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel Y**  
**(Permintaan Lulusan)**

No Item	Koefisien Korelasi	Harga $t_{hitung}$	Harga $t_{tabel}$	Kesimpulan
1.	0,74	3,850	1,782	Valid
2.	0,87	6,223	1,782	Valid
3.	0,80	4,615	1,782	Valid
4.	0,69	3,270	1,782	Valid
5.	0,57	2,385	1,782	Valid
6.	0,73	3,739	1,782	Valid
7.	0,70	3,408	1,782	Valid
8.	0,73	3,690	1,782	Valid
9.	0,71	3,535	1,782	Valid

Setelah dilakukan uji validitas terhadap angket variabel Y, dapat disimpulkan bahwa 9 item pernyataan dinyatakan valid. Item yang mempunyai validitas tertinggi adalah item 2 dengan koefisien korelasi 0,87 dan paling rendah adalah item 5 dengan koefisien korelasi 0,57.

### 3.5.2 Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Ating Somantri dan Sambas Ali Muhidin, 2006:47). Teknik pengujian reliabilitas ini menggunakan teknik analisis yang dikembangkan oleh *Alpha Cronbach*.

**Liem Hendra Gunawan, 2013**

Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Permintaan Lulusan Di Dunia Usaha/Dunia Industri  
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode mencari realibilitas secara internal, “yaitu dengan menganalisis reliabilitas alat ukur dari satu kali pengukuran” (Akdon, 2008: 161). Adapun rumus yang digunakan dalam metode ini sebagaimana dikemukakan Akdon (2008: 161) adalah dengan menggunakan metode *Alpha* sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \cdot \left[ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right]$$

Keterangan :

- $r_{11}$  = Nilai reliabilitas  
 $\sum S_i$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item  
 $S_t$  = Varians total  
 $k$  = jumlah item

Adapun langkah-langkah dalam mencari nilai reliabilitas dengan metode *Alpha* adalah sebagai berikut :

Langkah pertama yaitu menghitung varians skor tiap-tiap item dengan rumus :

$$S_i = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

- $S_i$  = Varians Skor tiap-tiap item  
 $\sum X_i^2$  = jumlah kuadrat item  $X_i$   
 $(\sum X_i)^2$  = jumlah item  $X_i$  dikuadratkan  
 $N$  = Jumlah responden

Langkah kedua adalah menjumlahkan varians semua items dengan rumus :

$$\sum S_i = S_1 + S_2 + S_3 + S_4 + S_5 + S_6 \dots S_n$$

Keterangan :

- $\sum S_i$  = jumlah varian semua item

$S_1+S_2+S_3....S_n =$  Varians item ke -1,2,3, ... n

Langkah ketiga yaitu menghitung varians total dengan rumus :

$$S_t = \frac{\sum X_t^2 - \frac{(\sum X_t)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

$S_t$  = Varians total

$\sum X_t^2$  = jumlah kuadrat X total

$(\sum X_t)^2$  = jumlah X total dikuadratkan

N = Jumlah responden

Kemudian langkah berikutnya adalah memasukkan nilai *Alpha* dengan rumus sebagai mana telah disebutkan diatas yaitu :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \cdot \left[ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right]$$

Hasil dari nilai reliabilitas ( $r_{11}$ ) dikonsultasikan dengan nilai tabel *r Product Moment* dengan  $dk = N-1 = 10 - 1 = 9$ , kemudian signifikansi 5% maka diperoleh  $r_{tabel} = 0,66$ .

Setelah itu membuat keputusan dengan membandingkan  $r_{11}$  dengan  $r_{tabel}$ , dimana kaidah keputusannya sebagai berikut :

Jika  $r_{11} > r_{tabel}$  berarti Reliabel, sedangkan

Jika  $r_{11} < r_{tabel}$  berarti Tidak Reliabel

Dengan bantuan *Microsoft Office Excel 2007*, peneliti melakukan uji reliabilitas instrumen berdasarkan langkah-langkah tersebut. Berdasarkan

perhitungan masing-masing variabel, diperoleh hasil uji reliabilitas instrumen sebagai berikut :

1. Hasil uji reliabilitas instrumen Strategi Pemasaran (variabel X)

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \cdot \left[ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right]$$

$$r_{11} = \left[ \frac{22}{22-1} \right] \cdot \left[ 1 - \frac{6,21}{57,21} \right]$$

$$r_{11} = 0,933$$

Dari hasil perhitungan, diperoleh  $r_{11} = 0,933$  sedangkan  $r_{tabel} = 0,55$ . Berdasarkan kaidah keputusan, Karena  $r_{11} > r_{tabel}$  maka semua data yang dianalisis dengan menggunakan metode *Alpha* adalah Reliabel.

2. Hasil uji reliabilitas instrumen Permintaan Lulusan (variabel Y)

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \cdot \left[ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right]$$

$$r_{11} = \left[ \frac{9}{9-1} \right] \cdot \left[ 1 - \frac{3,99}{19,09} \right]$$

$$r_{11} = 0,889$$

Dari hasil perhitungan, diperoleh  $r_{11} = 0,889$  sedangkan  $r_{tabel} = 0,55$ . Berdasarkan kaidah keputusan, Karena  $r_{11} > r_{tabel}$  maka semua data yang dianalisis dengan menggunakan metode *Alpha* adalah Reliabel.

**Tabel 3.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	$r_{11}$	$r_{table}$	Kesimpulan
Variabel X (Strategi Pemasaran)	0,933	0,55	<b>Reliabel</b> $r_{11} > r_{table}$
Variabel Y (Permintaan Lulusan)	0,889	0,55	<b>Reliabel</b> $r_{11} > r_{table}$

### 3.5.3 Teknik Analisis Data

Penggalan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Sebab dalam penelitian, disamping perlu menggunakan metode yang tepat, juga perlu memilih teknik dan alat pengumpul data yang relevan untuk menjawab pokok permasalahan penelitian dan mencapai tujuan penelitian.

Teknik pengumpulan data sendiri menurut Akdon (2008: 130), “Adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data.” Metode (cara atau teknik) menunjuk suatu kata yang abstrak dan tidak diwujudkan dalam benda, tetapi hanya dapat dilihat penggunaannya melalui : angket, wawancara, pengamatan, ujian (tes), dokumentasi dan lainnya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sendiri adalah dengan menggunakan teknik komunikasi secara tidak langsung, dimana dalam teknik ini adalah peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan komunikasi dengan menggunakan perantara atau alat. Adapun alat yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah berupa angket. Sugiyono (2010: 199) menjelaskan bahwa “Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.” Lebih lanjut Akdon (2008: 131) mengemukakan bahwa “Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain bersedia memberikan respons (responden) sesuai dengan permintaan pengguna. Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dan responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.

Jenis angket yang digunakan peneliti dalam penelitian ini sendiri adalah angket tertutup. Angket tertutup adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberikan tanda silang (x) atau tanda *checklist* (√). Ada beberapa keuntungan yang bisa didapatkan dari angket sebagai alat pengumpul data. Arikunto (2006:152) menjelaskan keuntungan-keuntungan tersebut diantaranya adalah :

1. Tidak memerlukan hadirnya peneliti.
2. Dapat dibagikan secara serentak kepada banyak responden.
3. Dapat dijawab oleh responden menurut kecepatannya masing-masing dan menurut waktu senggang responden.
4. Dapat dibuat anonim sehingga responden bebas, jujur dan tidak malu-malu menjawab.
5. Dapat dibuat terstandar sehingga bagi semua responden dapat diberi pertanyaan yang benar-benar sama.

Adapun langkah-langkah penyusunan angket ini yaitu meliputi:

1. Menetapkan indikator-indikator dari setiap variabel penelitian yang dianggap penting untuk ditanyakan kepada responden, berdasarkan pada teori-teori yang telah diuraikan
2. Membuat kisi-kisi butir item berdasarkan variabel butir penelitian.
3. Perumusan pernyataan-pernyataan dari setiap variabel dengan disertai alternatif jawaban.

Daftar pernyataan disusun menggunakan Skala Likert dalam alternatif jawaban dalam bentuk daftar *checklist* (√). Masing-masing pernyataan memiliki lima kemungkinan dan setiap jawaban diberi bobot penilaian sebagai berikut :

**Tabel 3.6**  
**Kriteria Penskoran Alternatif Jawaban**  
**Untuk Variabel X (Strategi Pemasaran)**

Alternatif Jawaban	Bobot
Selalu (S)	4
Sering (SR)	3
Kadang-kadang (KD)	2
Tidak Pernah (TP)	1

**Tabel 3.7**  
**Kriteria Penskoran Alternatif Jawaban 1**  
**Untuk Variabel Y (Strategi Pemasaran)**

Alternatif Jawaban	Bobot
Sangat Banyak (SB)	5
Banyak (B)	4
Cukup Banyak (CB)	3
Kurang Banyak (KB)	2
Tidak Ada (TA)	1

**Tabel 3.8**  
**Kriteria Penskoran Alternatif Jawaban 2**  
**Untuk Variabel Y (Strategi Pemasaran)**

Alternatif Jawaban	Bobot
--------------------	-------

Sangat Sesuai (SS)	5
Sesuai (S)	4
Cukup Sesuai (CS)	3
Kurang Sesuai (KS)	2
Tidak Sesuai (TS)	1

### 3.5.4 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Normalitas data dapat dilihat dari grafik *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif data normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan *ploting* data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2001:74). Uji normalitas distribusi ini digunakan untuk mengetahui dan menentukan apakah pengolahan data menggunakan analisis parametrik atau non parametrik. Dalam pelaksanaannya uji normalitas data dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya adalah uji kertas peluang normal, uji liliefors, dan uji chi-kuadrat. Penentuan teknik yang akan digunakan dalam pengolahan data sendiri dicari dengan menggunakan chi-kuadrat ( $\chi^2$ ). Dengan kata lain bahwa dalam melakukan uji normalitas distribusi dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus chi-kuadrat seperti yang dikemukakan oleh Akdon (2008: 171) yakni sebagai berikut:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Keterangan :

$\chi^2$  = Nilai chi kuadrat

$f_o$  = Frekuensi yang diobservasi (frekuensi empiris)

$f_e$  = Frekuensi yang diharapkan (frekuensi teoritis)

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam menggunakan rumus chi kuadrat ( $\chi^2$ ) tersebut diatas adalah sebagai berikut :

- 1) Membuat tabel distribusi frekuensi untuk mencari harga-harga yang digunakan seperti : Mean, Simpangan baku (standar deviasi), dan Chi kuadrat.
- 2) Menentukan batas kelas, yaitu batas bawah skor kiri interval (interval pertama dikurangi 0,5) dan batas atas skor kanan interval (interval kanan ditambah 0,5).
- 3) Mencari nilai *Z-score* untuk batas kelas interval dengan rumus :

$$Z = \frac{\text{Batas Kelas} - \bar{X}}{S}$$

(Akdon, 2008:169)

- 4) Mencari luas 0-Z dari tabel kurva normal dari 0-Z dengan menggunakan angka-angka untuk batas kelas.
- 5) Mencari luas tiap interval dengan cara mengurangkan angka-angka pada luas 0-Z yaitu angka baris pertama dikurangi baris kedua, angka baris kedua dikurangi baris ketiga, dan begitu seterusnya kecuali untuk angka yang berbeda pada baris paling tengah ditambahkan dengan angka baris berikutnya.

- 6) Mencari frekuensi yang diharapkan ( $f_e$ ) dengan cara mengalikan tiap kelas interval dengan jumlah responden ( $n$ =Jumlah responden).
- 7) Mencari Chi kuadrat ( $\chi^2$ ) dengan cara memasukkan harga-harga tersebut kedalam rumus.

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Akdon (2008: 171)

- 8) membandingkan keberartian  $\chi^2$  dengan cara membandingkan  $\chi^2_{hitung}$  dengan  $\chi^2_{tabel}$  dengan kriteria pengujian sebagai berikut : jika  $\chi^2_{hitung} \geq \chi^2_{tabel}$  artinya distribusi data tidak normal, sedangkan jika  $\chi^2_{hitung} \leq \chi^2_{tabel}$  artinya distribusi data normal.

### 3.5.5 Pengujian Hipotesis

Setelah selesai dilakukan pengolahan data maka langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis penelitian. Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti yang harus diuji kebenarannya. Adapun langkah-langkah dalam menguji hipotesis penelitian ini dengan menggunakan analisis korelasi, uji koefisien determinasi, uji signifikansi, dan analisis regresi. Lebih lengkap langkah-langkah uji hipotesis tersebut adalah sebagai berikut :

### 3.5.6 Koefisien Korelasi

Analisis korelasi membahas derajat yaitu untuk menunjukkan kuat atau lemah serta arah hubungan antara variabel *independent* dan variabel *dependent*. Sedangkan ukuran yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar derajat hubungan atau seberapa kuat hubungan yang terjadi antara variabel-variabel tersebut dinamakan *pearson product moment*, dengan rumus sebagai berikut:

**Liem Hendra Gunawan, 2013**

Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Permintaan Lulusan Di Dunia Usaha/Dunia Industri Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Pada hakekatnya, nilai R atau r dapat bervariasi dari -1 hingga +1, atau secara matematis dapat ditulis menjadi  $-1 \leq r \leq +1$

- Bila  $r = 0$  atau mendekati 0, maka hubungan antara kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan sama sekali.
- Bila  $r = +1$  atau mendekati +1, maka korelasi antara dua variabel dikatakan positif dan sangat kuat sekali.
- Bila  $r = -1$  atau mendekati -1, maka korelasinya sangat kuat dan negatif.

Tanda positif (+) dan negatif (-) pada koefisien memiliki arti yang khas. Bila r positif, maka korelasi antara dua variabel bersifat searah. Dengan kata lain, kenaikan/penurunan nilai-nilai variabel independent terjadi bersama-sama dengan kenaikan/penurunan nilai-nilai variabel dependent. Sebaliknya, bila r negative kenaikan nilai-nilai variabel independent terjadi bersama-sama dengan penurunan nilai variabel dependent atau sebaliknya.

Untuk dapat menginterpretasikan besar kecilnya koefisien korelasi antara variabel independent dengan variabel dependent, penulis menyajikan keeratan hubungan tersebut dalam bentuk tabel berikut ini.

**Tabel 3.9**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi Guilford**

Besar Koefisien	Klasifikasi
0,000-0,199	Sangat Rendah / Lemah dapat diabaikan
0,200-0,399	Rendah / Lemah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Tinggi / Kuat
0,800-1,000	Sangat Tinggi / Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2003:183)

### 3.5.7 Koefisien Determinasi

Adalah alat statistik untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Rumusnya adalah :

$$Kd = (r^2) \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

### 3.5.8 Uji Signifikasi

Pengujian selanjutnya adalah uji signifikasi yang berfungsi untuk mengetahui tingkat signifikasi korelasi atau makna hubungan antara variabel X dan variabel Y. Dalam uji signifikasi digunakan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Akdon, 2008:188)

Dimana :

$t_{hitung}$  = Nilai t

**Liem Hendra Gunawan, 2013**

Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Permintaan Lulusan Di Dunia Usaha/Dunia Industri  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

$r$  = Nilai koefisien korelasi

$n$  = Jumlah sampel

Kriteria pengujian terhadap uji satu pihak dengan derajat kebebasan ( $dk = n-2$ ) pada tingkat signifikansi tertentu. Kaidah pengujian adalah jika hasil konsultasi harga  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dapat dikatakan bahwa koefisien korelasi antara variabel X dan Y adalah signifikan. Tetapi jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, dapat dikatakan bahwa koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y tidak signifikan.

### 3.5.9 Analisis Regresi

Analisis regresi digunakan untuk mencari hubungan fungsional antara variabel X dengan variabel Y. Dengan kata lain analisis regresi ini digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh nilai variabel dependen (variabel Y) jika variabel independen (variabel X) diubah. Uji analisis regresi sederhana ini sendiri dilaksanakan dengan menggunakan rumus berikut :

$$\hat{Y} = a + bX$$

(Akdon, 2008: 197)

Dimana :

$\hat{Y}$  = Subjek dalam variabel terikat yang diproyeksikan

$X$  = Variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk diprediksikan

$a$  = Nilai konstanta harga Y jika  $X = 0$

$b$  = Nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y

Dimana harga  $a$  dan  $b$  harus dicari terlebih dahulu dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

(Akdon, 2008: 197)

Setelah diperoleh harga  $a$  dan  $b$  maka akan dihasilkan suatu persamaan berdasarkan rumus regresi sederhana Y atas X.