

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh iklan media visual terhadap keputusan menjadi mahasiswa.

Yang menjadi variabel bebas (*independent*) iklan media visual (X), dengan dimensinya yaitu misi, pesan, dan media. Yang kemudian menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah keputusan menjadi mahasiswa (Y) yang terdiri dari Pemilihan Perguruan Tinggi, Pemilihan Prodi, Pemilihan Jalur Masuk, Waktu memutuskan menjadi Mahasiswa.

Penelitian ini dilakukan di Program Studi Perhotelan UNTAG Prima Cirebon. Adapun yang menjadi objek penelitian adalah tanggapan responden tentang iklan media visual dan keputusan menjadi mahasiswa di Program Studi Perhotelan UNTAG Prima Cirebon, sedangkan yang menjadi subjek penelitian adalah mahasiswa baru Program Studi Perhotelan UNTAG Prima Cirebon.

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional method*. Menurut Husein Umar (2008:45) mengemukakan bahwa “*Cross sectional method* adalah metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang”.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan jenis variabel yang diteliti maka penelitian yang dilakukan adalah bersifat deskriptif dan verifikatif. Menurut Travers dalam Husein Umar (2008:21) mengemukakan bahwa penelitian dengan menggunakan metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

Adapun penelitian verifikatif diterangkan oleh Maholtra (2009:104) “Penelitian untuk menguji pengujian kebenaran kausal, yaitu hubungan antara variable independen dengan dependen”. Pada penelitian ini di uji mengenai pengaruh iklan media visual terhadap keputusan menjadi mahasiswa Program Studi Perhotelan UNTAG Prima Cirebon.

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*. Maholtra (2010:96) menyatakan bahwa:

Explanatory survey dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peniliti tersebut. Penjelasan penelitian dalam bentuk wawancara mendalam atau kelompok fokus dapat memberikan wawasan yang berharga.

Berdasarkan pengertian tersebut penelitian yang digunakan dalam metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian

secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti. *Explanatory survey* ini bertujuan dari penelitian adalah jelas untuk mengeksplorasi atau penelitian melalui masalah atau situasi untuk mendapatkan wawasan dan pemahaman. (Maholtra 2009:98).

Sedangkan menurut Malhotra (2009:194) “Metode *survey* adalah koesioner berstruktur yang diberikan pada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik”.

Survei informasi dari sebagian populasi (sampel responden) dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Maholtra (2009:248), yang dimaksud dengan variabel bebas dan variabel terikat yaitu:

Variabel bebas (*independent variable/predictor variable*) merupakan variabel atau alternatif yang dimanipulasi dan yang mempengaruhi diukur dan dibandingkan. Variabel terikat (*dependent variable/criterion variable*) merupakan variabel yang mengukur efek dari variabel *independent* pada unit tes.

Penelitian ini memiliki variabel-variabel yang akan diteliti yang bersifat saling mempengaruhi. Dalam hal ini, variabel-variabel tersebut juga dapat disebut sebagai objek penelitian.

Dalam suatu penelitian agar bisa dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analitis maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi pengaruh iklan media visual (X) yang terdiri dari misi, pesan, media, terhadap keputusan menjadi mahasiswa (Y) Pemilihan Perguruan Tinggi, Pemilihan Prodi, Pemilihan Jalur Masuk, Waktu memutuskan menjadi Mahasiswa.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Konsep Teoritis	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	3	4	5	6	7
Iklan media visual (X)	Iklan bentuk presentasi yang dibayar nonpersonal dan promosi id, barang, atau jasa oleh sponsor yang teridentifikasi Kotler dan Armstrong (2012:408)	• Misi	• Tingkat ketepatan memberikan informasi kepada mahasiswa	Interval	1
			• Tingkat ketepatan iklan untuk membujuk calon mahasiswa	Interval	2
		• Pesan	• Tingkat kemenarikan iklan untuk menarik calon mahasiswa	Interval	3
			• Tingkat daya tarik menjadi mahasiswa	Interval	4
			• Tingkat pesan iklan Universitas untuk membangkitkan keinginan untuk menjadi mahasiswa	Interval	5
			• Tingkat keinginan untuk melihat iklan	Interval	6
		• Media	• Tingkat daya tarik gambat iklan UNTAG Prima Cirebon	Interval	7
			• Tingkat daya tarik penawaran iklan	Interval	8

Variabel	Konsep Teoritis	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	3	4	5	6	7
Keputusan menjadi mahasiswa (Y)	Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapat dan mempergunakan barang yang ditawarkan (Kotler dan Amstrong, 2012: 226)	• Pemilihan Perguruan Tinggi	• Tingkat pendafaran mahasiswa berdasarkan keunggulan universitas	Interval	9
			• Tingkat penempatan kerja bagi lulusan univeristas akan meningkatkan ketertarikan calon mahasiswa	Interval	10
		• Pemilihan program studi	• Tingkat varian program studi yang ditawarkan	Interval	11
		• Pemilihan Jalur Masuk	• Tingkat pendaftar mahasiswa yang memiliki prestasi diberikan kemudahan dan kelebihan dalam mendaftar menjadi mahasiswa	Interval	12
			• Tingkat pendaftar mahasiswa baru yang diperoleh dari sekolah yang memiliki bidang yang sesuai pada jenjang SMA yang telah ditempuh	Interval	13
			• Waktu tempuh menjalankan masa kulian sampai selesai akan menentukan ketertarikan mahasiswa	Interval	14

		<ul style="list-style-type: none"> • Waktu yang diinginkan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pertimbangan mahasiswa dalam menentukan keinginan menjadi calon mahasiswa 	Interval	15
--	--	---	---	----------	----

Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data 2014

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Riduwan (2010:106) mengemukakan bahwa:

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta. Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu: data primer dan data sekunder.

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini dikelompokkan ke dalam dua kelompok data yaitu:

1. Data primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2010:193). Jadi data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari hasil penelitian kepada responden menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, kuesioner, wawancara dan lain sebagainya.

2. Data sekunder

Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2010:193). Jadi data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data-data yang dikumpulkan oleh pihak lain dan

dipublikasikan melalui berbagai media yang dianggap relevan dengan topik penelitian.

Maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut ini.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

Jenis Data	Sumber Data	Kategori Data
Tanggapan Pihak calon mahasiswa terhadap iklan dari UNTAG Prima Cirebon	Pihak Perguruan Tinggi	Primer
Jumlah Populasi mahasiswa baru	Hasil Penelitian	Sekunder
Data penempatan kerja lulusan mahasiswa Program Studi Perhotelan UNTAG Prima Cirebon	Berita Resmi Statistik No.13/02/Th. XV, 6 Februari 2012	Sekunder
Perkembangan Hubungan kerjasama UNTAG Prima dengan Pihak usaha/perusahaan	Bagian Humas UNTAG Prima Cirebon	Sekunder
Data Mitra usaha/perusahaan yang telah bekerjasama dengan UNTAG Prima hingga tahun 2014	Bagian Humas UNTAG Prima Cirebon	Sekunder
Data penempatan kerja mahasiswa lulusan UNTAG Prima Cirebon	Http:// http://uprima.ac.id/gallery-2/	Sekunder
Data Jumlah mahasiswa tahun 2012	Rekap penerimaan mahasiswa pada tahun 2012	Sekunder
Data Lulusan mahasiswa tahun 2011-2013	Rekap data lulusan mahasiswa	Sekunder

Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data 2014

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Didalam melakukan penelitian, kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data tersebut digunakan untuk mengambil keputusan untuk menguji hipotesis. Menurut Maholtra (2009:369) berpendapat :

Suatu populasi adalah total dari semua elemen yang berbagi beberapa seperangkat karakteristik. Setiap proyek riset pemasaran memiliki populasi yang didefinisikan unik untuk dijelaskan dalam istilah parameter. Tujuan dari proyek riset pemasaran yang paling adalah untuk mendapatkan informasi tentang karakteristik atau parameter dari suatu populasi.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka yang menjadi populasi sasaran pada penelitian ini adalah mahasiswa baru Program studi Manajemen Perhotelan UNTAG Cirebon adalah 230 Mahasiswa.

3.2.4.2 Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto, sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Menurut Sugiyono, sampel adalah sebagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Keuntungan dalam menggunakan sampel yaitu: memudahkan peneliti, penelitian lebih efisien, lebih teliti dan cermat dalam pengumpulan data, serta penelitian lebih efektif. Pada penelitian ini, tidak mungkin semua populasi dapat diteliti oleh penulis, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu keterbatasan biaya, keterbatasan tenaga dan keterbatasan

waktu yang tersedia. Oleh karena itu, peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti.

Dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar seperti populasi dari jumlah mahasiswa lulusan yang akan bekerja, dalam artian sampel tersebut harus representatif atau mewakili dari populasi tersebut.

Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur sampel, digunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2008:141), yakni ukuran sampel yang merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan presentasi kelongaran ketidaktelitian, karena dalam pengambilan sampel dapat ditolerir atau diinginkan. Dalam pengambilan sampel ini digunakan taraf kesalahan sebesar 5%. Adapun rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{230}{1 + 230(0,05)^2}$$

$$n = \frac{230}{1,575}$$

$$n = 146$$

Berdasarkan perhitungan di atas jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berjumlah 146 orang. Agar sampel yang digunakan representatif maka sampel dalam penelitian ini ditambahkan 4 orang menjadi 150 orang.

3.2.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*).

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* atau pengambilan keputusan secara acak dimana peneliti memberikan hak yang sama kepada responden. Menurut Sugiyono (2013:82) teknik *simple random sampling*, digunakan apabila pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik penelitian seperti berikut :

1. Studi kepustakaan, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, situs *web-site*, majalah guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari iklan media visual dan keputusan menjadi mahasiswa.
2. Kuesioner dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan langsung kepada responden yaitu mahasiswa baru. Dalam kuesioner ini penulis mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan pengukuran indikator dari variabel X (Iklan media visual) dan Variabel (Y) keputusan menjadi mahasiswa. Kemudian memilih alternatif jawaban yang telah disediakan pada masing-masing alternatif jawaban yang dianggap paling tepat.

Langkah-langkah penyusunan kuesioner adalah sebagai berikut:

- a) Menyusun kisi-kisi angket atau daftar pertanyaan.
- b) Merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif jawabannya.
Jenis instrumen yang digunakan dalam angket merupakan instrumen yang bersifat tertutup, yaitu seperangkat daftar pertanyaan tertulis dan disertai dengan alternatif jawaban yang

disediakan, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tersedia.

- c) Menetapkan pemberian skor untuk setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini setiap pendapat responden atas pertanyaan diberi nilai dengan skala interval.
3. Melaksanakan wawancara diperlukan terhadap aspek-aspek yang diperdalam/penguatan data untuk mencari sejauh mana iklan dapat diterima oleh masyarakat.
4. Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari kerjasama kerja dan penempatan kerja. Studi literatur tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu: a) Perpustakaan, UPI, Widyatama, UNPAD b) Skripsi, c) Jurnal ekonomi dan Bisnis, d) Media cetak (majalah) e) media Elektronik (Internet).

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pada suatu penelitian, data merupakan hal yang penting, karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Kebenaran data dapat dilihat dari instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliabel*.

Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 20.0 *for window*.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Penelitian Pengaruh Iklan Media Visual Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa Baru Di Program Studi Manajemen Perhotelan Untag Cirebon (Studi Pada Mahasiswa Baru Program Studi Manajemen Perhotelan Untag Cirebon) . dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel iklan media visual (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel keputusan menjadi mahasiswa (Y), dengan menafsirkan data yang terkumpul dari responden melalui kuesioner.

Pengujian validitas instrumen dilakukan untuk menjamin bahwa terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Maholtra (2009:316) mengemukakan “Validitas dapat didefinisikan sebagai sejauh mana perbedaan benar dalam apa yang sedang diukur bukan kesalahan sistematis atau acak”.

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item koesioner yang valid dan mana yang tidak. Hal ini dilakukan dengan mencari korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total pertanyaan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran interval. Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus *Korelasi Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
 X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item
 Y = Skor total
 $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
 $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
 $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
 $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
 n = Banyaknya responden

Cara menggunakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Sugiyono (2008:250) dapat dilihat pada Tabel 3.4:

TABEL 3.3
PEDOMAN INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Tinggi
0,80-1,000	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2010: 214)

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} ; db = n-2 \text{ (Sugiyono, 2010: 257)}$$

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} atau $r_{hitung} > r_{tabel}$.
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil atau sama dengan r_{tabel} atau $r_{hitung} \leq r_{tabel}$.

. Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur.

Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian Untuk Variabel Pengaruh Iklan Media Visual Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa Baru Di Program Studi Manajemen Perhotelan Untag Cirebon berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 *for windows*.

Tabel 3.4 di bawah ini menunjukkan nilai hasil pengujian validitas tahap pertama dari masing-masing indikator variabel x.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL X
(PENGARUH IKLAN MEDIA VISUAL)

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
Pengaruh Iklan Media Visual				
1. Misi				
1	Ketepatan pemberian informasi yang disampaikan iklan media visual kepada mahasiswa	0,377	0,374	Valid
2	Ketepatan iklan untuk membujuk calon mahasiswa baru	0,488	0,374	Valid
2. Pesan				
3	Penampilan iklan untuk menarik calon mahasiswa baru	0,785	0,374	Valid
4	Penyapain pesan untuk meningkatkan daya tarik	0,545	0,374	Valid

	kepada mahasiswa			
5	Penyampaian pesan mampu meningkatkan keinginan untuk melihat isi yang terdapat pada iklan	0,521	0,374	Valid
6	Penyampaian pesan iklan sesuai dengan keinginan mahasiswa	0,556	0,374	Valid
3. Media				
7	Tampilan gambar pada iklan menambah daya tarik calon mahasiswa	0,614	0,374	Valid
8	Penawaran yang disampaikan iklan menambah daya tarik mahasiswa	0,734	0,374	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data tahun 2014 (Menggunakan SPSS 19.0 *For Windows*)

Berdasarkan uji kuisisioner sebanyak 30 responden dengan tingkatan signifikan 5% dan derajat bebas (df) $n-2$ ($30-2=28$), maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Dari tabel hasil pengujian validitas diketahui bahwa pernyataan 8 item yang diajukan kepada seluruhnya dinyatakan valid karena memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur.

Mengenai hasil uji validasi untuk variabel Y yaitu keputusan menjadi mahasiswa dengan menggunakan SPSS 19.0 *for Windows* menunjukkan bahwa item-item pernyataan yang berada di kuisisioner dinyatakan valid, karena skor r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yang bernilai 0.374. Untuk lebih jelasnya akan disajikan dalam bentuk tabel 3.5 sebagai berikut.

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL Y
(KEPUTUSAN MENJADI MAHASISWA)

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
Keputusan Menjadi Mahasiswa				
Pemilihan Perguruan Tinggi				
1	Pendaftaran mahasiswa berdasarkan keunggulan Universitas	0,657	0,374	Valid
2	Layanan penempatan kerja bagi lulusan mahasiswa UNTAG Cirebon	0,557	0,374	Valid
Pemilihan Program Studi				

3	Penawaran varian program studi yang akan diampu	0,678	0,374	Valid
Pemilihan Jalur Masuk				
4	Pendaftaran bagi mahasiswa jalur prestasi	0,545	0,374	Valid
5	Penyesuaian pendaftaran mahasiswa berdasarkan tingkat pendidikan	0,521	0,374	Valid
Media				
6	Penerapan masa perkuliahan	0,514	0,374	Valid
7	Penentuan keinginan untuk menjadi mahasiswa atau langsung bekerja	0,453	0,374	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data tahun 2014 (Menggunakan SPSS 19.0 *For Windows*)

Tabel 3.5 pada instrumen variabel keputusan menjadi mahasiswa menunjukkan bahwa 7 item pernyataan seluruhnya valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yang bernilai 0.374 sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya dan yang realibel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Menurut Malhotra (2009:317) “Reliabilitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila diukur beberapa kali dengan alat ukur yang sama”. Sedangkan menurut Uma Sekaran (2009:178) “Reliabilitas artinya adalah tingkat keterpercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (reliabel)”. Sedangkan menurut Sugiyono (2010:172) “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan

beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan rumus Alpha. Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2} \right] \quad (\text{Husein Umar, 2008:170})$$

Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyaknya butir pertanyaan atau butir soal
- σ^2 = Deviasi standar total
- $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah deviasi standar butir

Sedangkan rumus variansnya adalah:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{n-1} \quad (\text{Husein Umar, 2008:172})$$

Keterangan:

- N = Jumlah sampel
- n = Jumlah responden
- X = Nilai skor yang dipilih
- σ^2 = Nilai varians

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel

Berdasarkan kuisioner yang diuji kepada 30 responden tingkat signifikan 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat r_{tabel} yang bernilai 0,374.

Hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan SPSS 19.0 *for Windows* diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , agar lebih jelasnya akan disajikan dalam bentuk tabel 3.6 mengenai hasil pengujian reliabilitas variabel X yaitu Pengaruh Iklan Media Visual sebagai berikut.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Pernyataan	Rhitung	rtabel	ket
1	Pengaruh Iklan Media Visual	0,452	0,374	Reliabel
2	Keputusan Menjadi Mahasiswa	0,360	0,374	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data tahun 2014 (Menggunakan SPSS 19.0 *For Windows*)

Dari hasil tabel diatas dinyatakan bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka hasil pengujian Reliabilitas dinyatakan reliabel

3.3.1 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data dalam rangka pengujian hipotesis. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun data, kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.
2. Tabulasi Data. Penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Memberi skor pada tiap item.
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item.
 - c. Menyusun ranking skor pada setiap variable penelitian.
3. Pengujian. Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis regresi sederhana.

Analisis ini digunakan untuk mempelajari hubungan fungsional antara variabel sehingga yang diperoleh dapat menaksir variabel yang satu (variabel dependent) apabila yang lainnya diketahui, dengan rumus :

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

(Riduwan, 2012:148)

Keterangan :

\hat{Y} = Subyek 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

Dengan ketentuan untuk nilai a dan b masing-masing adalah sebagai berikut:

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

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

Sugiyono (2009:262)

Keterangan :

Y = Keputusan Menjadi Mahasiswa Baru

X = Iklan Media Visual

a = Bilangan Konstan

b = Koefisien Arah Garis Regresi

n = Lamanya Periode

X dikatakan mempengaruhi Y , jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y , artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun, dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y

bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya.

1.3.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskripsi data diperoleh melalui analisis data hasil perhitungan angket. Selanjutnya untuk mengetahui deskripsi hasil angket dilakukan perhitungan skor item hasil angket, dengan cara disusun penilaian untuk setiap item pertanyaan berdasarkan persentase dan nilai jenjang dengan langkah sebagai berikut :

- a. Nilai kumulatif adalah jumlah nilai dari setiap item pertanyaan yang merupakan jawaban dari 146 responden.
- b. Persentase merupakan nilai kumulatif item dibagi dengan nilai Kriteria nilai jenjang untuk setiap item pertanyaan ditentukan berdasarkan rumus sebagai berikut :

$$\text{Nilai jenjang item} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{skor tertinggi}} \times \text{skala pengukuran terbesar}$$

1.3.3 Analisis Verifikatif

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:8) mengemukakan “ penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran pengumpulan data di lapangan” berdasarkan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan dengan pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan adalah explanatory survey.

a. Uji Asumsi Regresi

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah populasi memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti menurut Sugiyono (2010: 172) sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian normalitas data. Pada prakteknya uji normalitas dibantu dengan menggunakan program SPSS 21 *for windows*.

Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian signifikansi koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data, antara lain uji chi-kuadrat, uji lilliefors dan uji Kolmogorov-smirnov. Uji yang digunakan untuk menguji kenormalan adalah uji Kolmogorov-smirnov. Berdasarkan sampel ini akan diuji hipotesis nol bahwa sampel tersebut berasal dari populasi berdistribusi normal melawan hipotesis tandingan bahwa populasi berdistribusi tidak normal.

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu:

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi adalah normal

- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka populasi tidak berdistribusi secara normal

Pengujian secara visual dapat juga dilakukan dengan metode gambar normal *probability Plots* dalam SPSS. Untuk melihat populasi tersebut memiliki distribusi yang normal atau tidak maka digunakan cara membaca interpretasi grafik yakni data yang memiliki distribusi normal apabila semua pencaran titik-titik yang diperoleh berada di sekitar garis lurus. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas regresi variabel X atas variabel Y, dimaksudkan untuk mengetahui kemungkinan adanya hubungan linear antara variabel X dan variabel Y. Uji linieritas dimaksudkan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak.

Pengujian linieritas data dapat dibuktikan melalui test F_{test} . Berdasarkan tabel ANOVA, dapat diketahui besarnya F_{hitung} melalui uji ANOVA atau F_{test} sedangkan besarnya F_{tabel} diperoleh dengan melihat

tabel F melalui DK pembilang (dk tuna cocok, $k-2$) dan dk penyebut (dk kesalahan, $n-k$) dengan taraf kesalahan = 0,05. Dengan kriteria, tolak hipotesis model regresi linier jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak artinya data tidak linear. Jika sebaliknya $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima artinya data linear. Dalam penelitian ini pengujian linieitas dibantu dengan menggunakan program SPSS 21 *for Windows*.

3. Diagram Pencar

Pada diagram pencar, terdapat gambaran secara kasar bahwa pola hubungan variabel Y (*brand attitude*) atas variabel X (*online brand community*) adalah pola hubungan linier, maka cukup beralasan mengatakan bahwa model hubungan ini adalah model hubungan ini adalah model regresi sederhana yaitu $Y = b_0 + b_1 X + e$. Dari sampel model yang dipergunakan adalah $Y = b_0 + b_1 X + e$. Kovariansi antara X dan Y sifatnya searah, dalam arti bahwa apabila X berubah makin besar maka Y pun berubah makin besar atau apabila X berubah makin kecil, maka Y pun berubah makin kecil. Kovariansi antara kedua variabel itu disebut kovariansi positif, ini mengisyaratkan hubungan positif.

4. Menguji β Melalui Uji t

Menguji β adalah untuk memeriksa apakah dalam populasi memang ada hubungan linier antara Y dengan X. Statistik uji yang dipergunakan (Draper And Smith, 1981):

$$t = \frac{b_1}{s(b_1)}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994: 21)

Nilai b didapat dengan rumus:

$$b_1 = \frac{\sum_{i=1}^n X_i Y_i - \frac{\sum_{i=1}^n X_i \sum_{i=1}^n Y_i}{n}}{\sum_{i=1}^n X_i^2 - \frac{(\sum_{i=1}^n X_i)^2}{n}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994: 18)

Nilai s(b₁) didapat dengan rumus:

$$s(b_1) = \sqrt{s^2(b_1)} = \frac{s_{\hat{Y}/X}}{\sqrt{\sum_{i=1}^n X_i^2 - \frac{(\sum_{i=1}^n X_i)^2}{n}}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994: 20)

Keterangan:

s(b₁) = Standar eror untuk b₁

b. Analisis Regresi Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mempelajari hubungan fungsional antara variabel sehingga yang diperoleh dapat menaksir variabel yang satu (variabel dependent) apabila yang lainnya diketahui, dengan rumus :

$$Y = a + bX$$

(Riduwan, 2012:148)

Keterangan :

\hat{Y} = Subyek 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

Dengan ketentuan untuk nilai a dan b masing-masing adalah sebagai berikut:

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

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

Sugiyono (2009:262)

Keterangan :

Y = Keputusan Menjadi Mahasiswa

X = Iklan Media Visual

a = Bilangan Konstan

b = Koefisien Arah Garis Regresi

n = Lamanya Periode

X dikatakan mempengaruhi Y, jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun, dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi

tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya.

3.4 Pengujian Hipotesis

Hipotesis berasal dari bahasa Yunani, yaitu hupo dan thesis. hupo berarti lemah, kurang, atau di bawah dan thesis berarti teori, proposisi, atau pernyataan yang disajikan sebagai bukti. Jadi, hipotesis dapat diartikan sebagai suatu pernyataan yang masih lemah kebenarannya dan perlu dibuktikan atau dugaan yang sifatnya masih sementara. (Hasan:2005,167)

Hipotesis statistik adalah pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya. Hipotesis statistik akan diterima jika hasil pengujian membenarkan pernyataannya dan akan ditolak jika terjadi penyangkalan dari pernyataannya. Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian, artinya keputusan bisa benar atau salah, sehingga menimbulkan resiko. Besar kecilnya resiko dinyatakan dalam bentuk probabilitas.

Rumus Uji F seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2003: 47) sebagai berikut

$$F_{reg} = \frac{R^2(N - m - 1)}{m(l - R^2)}$$

Keterangan:

N = banyak sampel

m = banyak prediktor

R = koefisien korelasi antara kriterium dengan prediktor.

Koefisien korelasi ganda dikatakan signifikan apabila $F_{\text{tabel}} \leq F_{\text{hitung}}$ dengan derajat signifikansi 5%.

Uji F Statistik digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* Iklan Media Visual (X) berpengaruh terhadap variabel *dependent* keputusan menjadi mahasiswa baru (Y).