

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. PENDEKATAN PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan suatu cara yang dilakukan untuk mengumpulkan, menyusun dan menganalisis data yang terkumpul sehingga diperoleh makna yang sebenarnya. Winarno Surakhmad (1994) mengemukakan bahwa:

Metode merupakan cara utama yang dikemukakan untuk mencapai tujuan misalnya untuk menguji serangkaian hipotesa dengan mempergunakan teknik serta alat-alat tertentu. Cara utama itu dipergunakan setelah penyelidik memperhitungkan kewajaran dari tujuan penyelidikan serta dari situasi penyelidikan.

Dengan demikian, setiap penelitian memerlukan metode agar proses penelitian dapat berjalan lancar dan mencapai tujuan. Sesuai dengan permasalahan yang diteliti, yaitu mengenai kejadian-kejadian dan peristiwa-peristiwa yang sedang berlangsung, metode penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu metode yang diarahkan untuk memecahkan masalah dengan cara memaparkan atau menggambarkan apa adanya hasil penelitian, studi bibliografis atau studi kepustakaan untuk mempertajam pemecahan masalah dan studi dokumentasi untuk mencari data-data melalui arsip-arsip yang terdapat di universitas.

Pendekatan ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu metode yang diarahkan untuk memecahkan masalah dengan cara memaparkan atau menggambarkan apa adanya hasil penelitian. Ketepatan penentuan metode ini dimaksudkan untuk penyelidikan

yang tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang (Surakhman, 1982:139).

Penelitian ini adalah termasuk penelitian dengan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan teknik analisis korelasional, yaitu salah satu penelitian yang dirancang untuk mendapatkan informasi tentang hubungan antara variabel-variabel yang berbeda dalam suatu populasi.

Pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini mampu mengungkapkan fenomena yang dikaji secara sistematis untuk mendapatkan kebenaran dari permasalahan yang diteliti. Demikian pula penelitian ini dimaksudkan untuk dapat menggambarkan realita dan fakta-fakta dari permasalahan yang diteliti secara mendalam dengan cara mencari data yang faktual dari variabel-variabel yang diteliti, sehingga hubungan antar variabel dapat dianalisis dengan analisis kuantitatif melalui uji statistik yang relevan dengan data yang diperoleh.

Penelitian ini termasuk penelitian survey, yang menurut Kerlinger (2000:660) adalah:

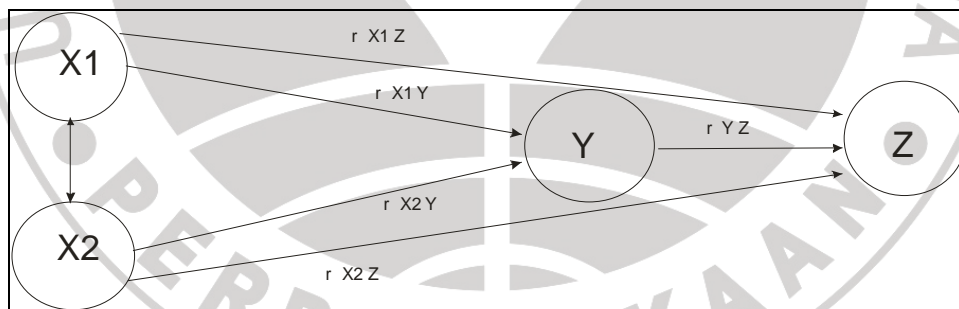
Penelitian survey mengkaji populasi yang besar maupun yang kecil dengan menyeleksi serta mengkaji sampel yang dipilih dari populasi itu untuk menemukan isidensi, distribusi dan interelasi relative dari variable-variabel sosiologi dan psikologi.

Penelitian survey pada umumnya dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam. Sejalan dengan Effendi (1995:3) mengatakan bahwa penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpul

data yang pokok. Menurut tingkat ekspansinya, penelitian ini termasuk ke dalam penelitian asosiatif. Penelitian Asosiatif adalah penelitian yang mencari pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lainnya (Sugiyono, 2007:11).

Oleh karena itu, dengan metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini diharapkan mampu mengungkapkan fenomena yang dikaji secara sistematis untuk mendapatkan kebenaran dari permasalahan yang diteliti, sehingga hasil dari penelitian ini dapat dipergunakan sekaligus dipertanggungjawabkan baik secara praktis maupun secara keilmuan.

Penelitian ini mengkaji 4 variabel, yaitu 2 variabel bebas dan dua variabel terikat. Variabel bebas yaitu Budaya Organisasi ( $X_1$ ) dan Pemasaran Pendidikan Tinggi ( $X_2$ ), sedangkan variabel terikat adalah Layanan Akademik ( $Y$ ) dan Tingkat Kepuasan Mahasiswa ( $Z$ ) di Perguruan Tinggi Swasta wilayah Kota Bandung.



Gambar 3. 1 Konstelasi Model Hubungan Variabel Penelitian

Keterangan:

$X_1$  : Budaya Organisasi

$X_2$  : Pemasaran Pendidikan Tinggi

$Y$  : Layanan Akademik

$Z$  : Tingkat Kepuasan Mahasiswa

## B. OPERASIONALISASI VARIABEL

Moh. Nazir (Meliani, 2007: 47) mengemukakan bahwa: ‘Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional.’

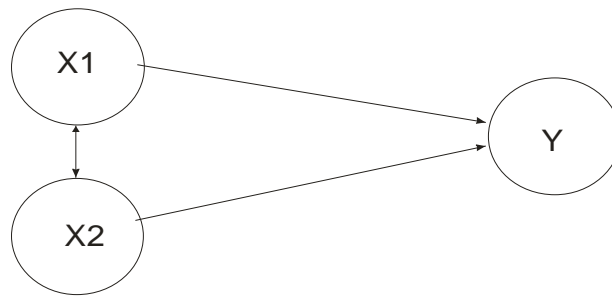
Berdasarkan pendapat tersebut serta untuk menghindari kesalahpahaman dalam mendefinisikan judul penelitian ini, maka dijelaskan pengertian yang terkandung dalam penelitian ini. Sesuai dengan judul “Pengaruh Budaya Organisasi dan Pemasaran Pendidikan Tinggi Terhadap Layanan Akademik serta Dampaknya Pada Tingkat Kepuasan Mahasiswa di Perguruan Tinggi Swasta Wilayah Kota Bandung”.

Pada penelitian ini ditetapkan jenis-jenis variable yang akan diukur, yaitu:

1. Variabel bebas (*independent variable*) dengan notasi (X) yaitu variable yang memberikan kontribusi kepada variabel terikat. Notasi (X) adalah Pengaruh Budaya ( $X_1$ ) dan Pemasaran Pendidikan Tinggi ( $X_2$ ).
2. Variabel terikat (*Dependent Variabel*) dengan Notasi (Y dan Z) yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Notasi (Y dan Z) dalam penelitian ini adalah Layanan Akademik (Y) dan Tingkat Kepuasan Mahasiswa (Z).

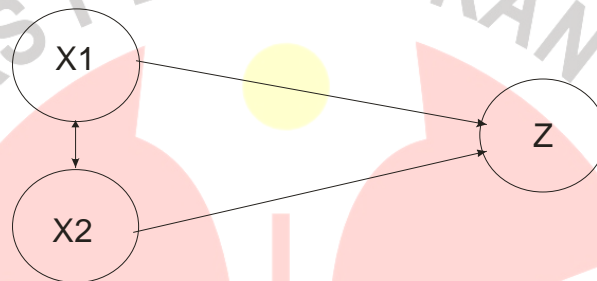
Struktur hubungan antar variabel digambarkan sebagai berikut:

1. Struktur hubungan antar variabel  $X_1$  dan  $X_2$  dengan Y



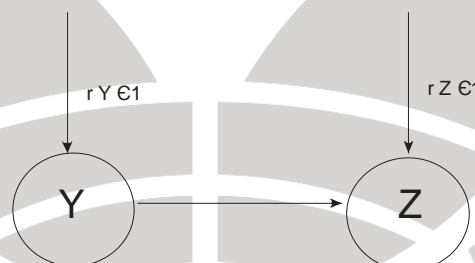
Gambar 3. 2 Hubungan Antar Variabel  $X_1$  dan  $X_2$  dengan Y

2. Struktur hubungan antar variabel  $X_1$  dan  $X_2$  dengan Z



Gambar 3. 3 Hubungan antar variabel  $X_1$  dan  $X_2$  dengan Z

3. Struktur hubungan antar variabel Y dengan Z



Gambar 3. 4 Hubungan Antar Variabel Y dengan Z

Operasional variabel dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Layanan Akademik (Y)

Pada penelitian ini layanan akademik merupakan sebuah proses untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa. Layanan akademik dapat diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh perguruan tinggi untuk memberikan kemudahan pada pemenuhan kebutuhan mahasiswa dalam hal yang berkaitan dengan kegiatan

akademik. Dalam mengukur kualitas sebuah layanan khususnya dalam hal ini layanan akademik, penulis menggunakan lima dimensi pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithml, dan Leonard L. Berry dan Parasuraman dalam "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research" (Journal of Marketing (Fall:1985)) yang dikutip Kotler (2003:455). Untuk itu operasional variabel Y (Layanan Akademik) pada peneilitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1  
Operasional Variabel Y (Layanan Akademik)

Variabel	Definisi Teoretis	Dimensi	Indikator
Layanan Akademik (Y)	Layanan akademik dapat diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh perguruan tinggi untuk memberikan kemudahan pada pemenuhan kebutuhan mahasiswa dalam hal yang berkaitan dengan kegiatan akademik.	1. Reliability	1.1 Prosedur menerima keluhan atau permintaan mahasiswa yang cepat dan tepat 1.2 Pelayanan administrasi akademik yang cepat dan tepat 1.3 Jadwal pelayanan mahasiswa dijalankan tepat 1.4 Prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit
		2. Responsiveness	2.1 Kemampuan Dosen dan administrator cepat tanggap menyelesaikan kebutuhan mahasiswa 2.2 Dosen ataupun administrator dapat memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti 2.3 Ada tindakan cepat pada saat mahasiswa membutuhkan
		3. Assurance	3.1 Pengetahuan dan kemampuan para dosen dalam memberikan materi perkuliahan

Variabel	Definisi Teoretis	Dimensi	Indikator
			3.2 Keterampilan para dosen dan administrator dalam bekerja 3.3 Pelayanan yang sopan dan ramah 3.4 Adanya jaminan keamanan terhadap mahasiswa
		4. Emphaty	4.1 Memberikan perhatian secara khusus kepada setiap mahasiswa 4.2 Perhatian terhadap keluhan mahasiswa 4.3 Pelayanan kepada semua mahasiswa tanpa memandang status sosial dan lain-lain
		5. Tangibles	5.1 Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan 5.2 Penataan eksterior dan interior ruangan 5.3 Kelengkapan, kesiapan, dan kebersihan alat-alat yang digunakan 5.4 Kerapian dan kebersihan penampilan petugas

## 2. Budaya Organisasi

Budaya organisasi dalam penelitian ini adalah datangnya dari kehidupan sehari-hari di perguruan tinggi yang merupakan muara perasaan. Norma, dan nilai-nilai yang mempengaruhi kegiatan mereka sehari-hari. Ini diambil untuk mempengaruhi bagaimana orang berpikir, merasa, dan bertindak.

Berikut merupakan operasional variabel  $X_1$  (Budaya Organisasi) dalam penelitian ini:

Tabel 3.2

Operasional Variabel X<sub>1</sub> (Budaya Organisasi)

Variabel	Definisi Teoretis	Dimensi	Indikator
<b>Budaya Organisasi (X<sub>1</sub>)</b>	<i>Culture is a powerful web of ritual and traditions, norms and values that affect every corner of school life. School culture influence what people pay attention to (focus), how they identify with the school (commitment), how hard they work (motivation), and the degree to which they achieve their goals (productivity) (Deal and Peterson, 1999) dalam (Deal &amp; Peterson, 2009:10)</i>	1. <i>A shared sense of purpose and vision (visi dan tujuan bersama)</i>	a. Pengetahuan mengenai Visi dan Misi lembaga b. Penerapan visi dan misi organisasi pada proses pembelajaran siswa dan dosen
		2. <i>Norms, values, beliefs, and assumptions (norma, nilai, kepercayaan, dan asumsi)</i>	a. Memiliki nilai kolegialitas, kinerja, dan perbaikan yang menimbulkan kualitas, prestasi, dan pembelajaran b. Memiliki keyakinan dan asumsi yang positif tentang siswa, staf untuk terus tumbuh dan berkembang
		3. <i>Rituals, traditions, and ceremonies (ritual, tradisi, dan seremonial)</i>	a. Ritual dan upacara yang memperkuat nilai-nilai budaya inti
		4. <i>Histories and stories (sejarah dan cerita)</i>	a. Kaya akan sejarah dan tujuan b. Cerita akan kepahlawanan
		5. <i>People and relationships (orang-orang dan hubungan)</i>	a. Berbagi rasa tanggung jawab b. Mendorong komunikasi yang positif di antara staf, pimpinan, dan siswa c. Memiliki hubungan intrapersonal yang kuat
		6. <i>Architecture, artefacts, and symbols (arsitektur, artefak, dan symbol)</i>	a. Lingkungan fisik yang melambangkan sukacita dan kebanggaan b. Mengenalkan budaya kampus lewat bangunan dan symbol yang ada



### 3. Pemasaran Pendidikan Tinggi

Pemasaran pendidikan tinggi dalam penelitian ini merupakan pemasaran produk dan jasa, termasuk sekolah yang muncul dengan konsep bauran pemasaran (*Marketing mix*) dan merupakan kombinasi dari empat variabel penting dari konsep pemasaran yang dapat dikendalikan oleh sebuah lembaga. Yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*), proses (*process*), orang (*people*), dan bukti fisik (*physical evidence*).

Berikut merupakan operasional variabel  $X_2$  (Pemasaran Pendidikan Tinggi) dalam penelitian ini:

Tabel 3.3

Operasional Variabel  $X_2$  (Pemasaran Pendidikan Tinggi)

Variabel	Definisi Teoretis	Dimensi	Indikator
Pemasaran Pendidikan Tinggi ( $X_2$ )	<p><i>Marketing is a societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and service of value with others.</i> (Kotler, 2003:9)</p> <p><i>Marketing mix is the set of marketing tools the firm uses to pursue its marketing objectives in the target market.</i> Kotler (2003:15)</p>	1. Produk ( <i>product</i> )	a. Variasi pilihan: Pilihan Konsentrasi b. Nama PT: 1) Reputasi 2) Prospek PT
		2. Harga ( <i>price</i> )	a. Penetapan biaya: SPP, biaya pembangunan, biaya laboratorium b. Beasiswa c. Pembayaran: Prosedur pembayaran d. Syarat Kredit: Syarat cicilan
		3. Tempat ( <i>place</i> )	a. Lingkungan: Dekat dengan pusat kota, luas lahan parkir, dan kondusif b. Transfortasi: angkutan umum dan tingkat kemacetan rendah
		4. Promosi ( <i>promotion</i> )	a. Mengiklankan melalui Iklan TV, Radio, dan spanduk b. Promosi penjualan melalui: undian berhadiah, dan pameran

Variabel	Definisi Teoretis	Dimensi	Indikator
			c. Penjualan tatap muka: kontak langsung d. Hubungan masyarakat: kegiatan humas
		5. Proses ( <i>process</i> )	a. Kualitas jasa perkuliahan: Proses KBM, dan kualitas jasa/ perkuliahan b. Kualitas jasa administrasi
		6. Orang ( <i>people</i> )	a. Administrator: kompetensi administrator yang professional b. Dosen: Kompetensi Dosen yang professional c. Pegawai: Kompetensi pegawai yang professional
		7. Bukti fisik ( <i>physical evidence</i> ).	a. Gaya bangunan: kesesuaian segi estetika dan fungsional b. Fasilitas penunjang: sarana pendidikan, peribadahan, olahraga dan keamanan

#### 4. Tingkat Kepuasan Mahasiswa

Tingkat kepuasan mahasiswa dalam penelitian ini merupakan pemenuhan terhadap kebutuhan *customer* (mahasiswa). Untuk mencapai kesuksesan, lembaga pendidikan harus mampu memberikan kepuasan kepada *customernya* terhadap hal-hal yang terkait dengan *curriculum; teaching; analytical skills; communication skills; social skills; personal growth* dalam mengukur tingkat kepuasan mahasiswa.

Berikut merupakan operasional variabel Z (Tingkat Kepuasan Mahasiswa) dalam penelitian ini:

Tabel 3.4

#### Operasional Variabel Z (Tingkat Kepuasan Mahasiswa)

Variabel	Definisi Teoritis	Dimensi	Indikator
Tingkat Kepuasan	" <i>Satisfaction is the consumer's</i>	1. <i>Curriculum</i> (Kurikulum)	1.1 <i>Curriculum content</i> 1.2 <i>Organization of course</i>

Variabel	Definisi Teoritis	Dimensi	Indikator
Mahasiswa (Z)	<i>fulfillment response. It is a judgement that a product pleasurable level of consumption related fulfillment” (Zeithaml, 2000:75).</i>		<i>content</i> 1.3 Courses cover relevant topics 1.4 Courses up to date 1.5 Courses cover standards used in field
		2. Teaching (Pengajaran)	2.1 Quality of instruction 2.2 Availability of instructors outside class 2.3 Opportunities for class discussions 2.4 Opportunities for class presentations 2.5 Tests of papers assigned
		3. Analytical Skills (Kemampuan menganalisa)	3.1 Analyze, think critically, solve problems 3.2 Combine ideas into new information 3.3 Find and use information 3.4 Learn on one's own
		4. Communication skills (Kemampuan berkomunikasi)	4.1 Speak effectively 4.2 Write clearly and concisely 4.3 Read and comprehend material
		5 Sosial Skills (kemampuan sosial).	5.1 Work effectively with others 5.2 Develop Supportive relationships
		6. Personal Growth (Pertumbuhan diri)	6.1 Understand oneself and abilities 6.2 Develop values and ethical standards 6.3 Aware of culture and philosophies

### C. LOKASI, POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

#### 1. LOKASI

Lokasi penelitian merupakan tempat di mana penelitian ini dilakukan.

Lokasi dalam penelitian ini adalah Perguruan Tinggi Swasta (PTS) wilayah Kota

Bandung, dengan unit analisis yang diambil secara acak sebanyak 33 lembaga pendidikan tinggi yang mewakili dari akademi, institut, sekolah tinggi, dan universitas yang ada di wilayah tersebut.

## **2. POPULASI**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2007:90).

Sudjana (1992: 6) memberikan pengertian bahwa populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin baik hasil menghitung ataupun pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif daripada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya.

Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan, bahwa populasi dalam penelitian ini meliputi segala sesuatu yang akan dijadikan subjek atau objek penelitian yang dikehendaki peneliti. Oleh karena itu populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang ada di wilayah Kota Bandung, karena mereka adalah bagian terbanyak dari konsumen perguruan tinggi yang secara langsung menerima layanan akademik.

## **3. SAMPEL**

Sugiyono (2007: 91) memberikan pengertian: “Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”.

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 (Arikunto, 1998:103).

Berkaitan dengan teknik pengambilan sampel Nasution (1991: 135), mengungkapkan bahwa: “Mutu penelitian tidak selalu ditentukan oleh besarnya sampel, akan tetapi oleh kokohnya dasar-dasar teorinya, oleh desain penelitiannya, serta mutu pelaksanaan pengolahannya”.

Untuk penelitian sampelnya diambil secara probability sampling, menurut Sugiyono (2007:92) probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberi peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik yang digunakan adalah *cluster sampling*, teknik ini digunakan untuk menentukan sampel dimana objek yang diteliti luas. Sampel di ambil dari populasi sebagai berikut, lembaga pendidikan tinggi swasta yang ada di Kota Bandung, menurut Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN PT, 2011) ada sebanyak 125 lembaga, yang terbagi kepada 34 akademi, lima institut, 13 politeknik, 55 sekolah tinggi, dan 21 universitas. Berdasarkan data di atas maka di ambil secara *random* sampel yang menjadi unit analisis sebanyak 33 lembaga, yang di ambil mewakili masing-masing lembaga. Digambarkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 5  
Data PTS di Kota Bandung (menurut BAN-PT, 2011)

No	Jenis Universitas		Unit Analisis
1.	Akademi	34	8
2.	Institut	5	1
3.	Politeknik	13	4
4.	Sekolah Tinggi	55	15
5.	Universitas	21	5
<b>JUMLAH</b>		<b>125</b>	<b>33</b>

Dengan demikian sampel yang merupakan bagian dari jumlah populasi serta dapat mewakili populasi tersebut. Oleh karena itu dalam pengambilan sampel harus benar-benar representatif. Dalam proses pengambilan sampel diperlukan rumus-rumus dan terdapat berbagai rumus untuk menentukan besarnya sampel yang diperlukan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus dari Taro Yamane yang dikutip oleh Akdon dan Hadi (2005: 107):

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d<sup>2</sup> = Presisi yang ditetapkan

Berdasarkan pendapat tersebut, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mengambil dari jumlah seluruh mahasiswa dari Perguruan Tinggi Swasta yang menjadi unit sampel penelitian sejumlah 72.482 orang. Adapun tingkat presisi yang ditetapkan sesuai dengan Akdon dan Hadi (2005, 107) sebesar 5%. Dengan menggunakan rumus di atas, maka jumlah dengan rincian perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{72482}{72482.(0,05)^2 + 1}$$

$$n = \frac{72482}{72482.0,0025 + 1}$$

$$n = \frac{72482}{182,205} = 397,80 \approx 398 \text{ (dibulatkan)}$$

Untuk menentukan banyaknya mahasiswa yang diambil sebagai sampel pada setiap perguruan tinggi, peneliti pun menggunakan proporsional sampling.

Proporsi sampel untuk tiap-tiap PTS dihitung dengan mengacu pada pendapat Nazir (1998:365) dengan rumus sebagai berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan:

- $n_i$  = Ukuran sampel yang harus diambil dari Stratum ke-i
- $N_i$  = Ukuran Stratum ke-i
- $N$  = Ukuran populasi
- $n$  = Ukuran sampel keseluruhan yang dialokasikan

Sebagai contoh, untuk Akademi Manajemen Informatika dan Komputer HASS dengan jumlah mahasiswa ( $N_i$ ) = 602 orang, jumlah populasi keseluruhan ( $N$ ) = 72.482 orang mahasiswa dan jumlah sampel keseluruhan ( $n$ ) = 398 orang mahasiswa. Berdasarkan rumus diatas maka rincian perhitungannya sebagai berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

$$n_i = \frac{602}{72482} \times 398$$

$$n_i = 3,30397 \approx \mathbf{3} \text{ (dibulatkan)}$$

Berdasarkan rumus tersebut dapat dihitung jumlah sampel dari populasi mahasiswa yang masuk dalam unit sampel dari populasi yang ada dan diperoleh perhitungan sebagai berikut:

Tabel 3. 6  
Populasi dan Sampel

NO	PTS	Jlh Mhs (Ni)	Populasi Mhs (N)	Sampel Mhs (n)	$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$	Pembu-latan
1	Akademi Manajemen Informatika dan Komputer HASS	602	72482	398	3.30397	3
2	Akademi Sekretari Manajemen Taruna Bakti	255			1.39952	1
3	Akademi Pariwisata NHI	575			3.155786065	3
4	Akademi Sekretari dan Manajemen Ariyanti	526			2.886858209	3
5	AMIK BSI Bandung	535			2.936253121	3
6	Akademi Teknologi Bandung	225			1.234872808	1
7	Akademi Keperawatan Aisyiah	237			1.300732691	1
8	Akademi Sekretari Dan Manajemen BSI Bandung	135			0.740923685	1
9	Institut Teknologi Telkom	6992			38.37435855	38
10	Politeknik Komputer Niaga LPKIA	3382			18.56151039	19
11	Politeknik Pos	1667			9.149035427	9
12	Politeknik Telkom	1539			8.446530007	8
13	STMIK Bandung	441			2.420350704	2
14	STBA Yapari	715			3.924151368	4
15	STIE Pariwisata Yapari	278			1.525753958	2
16	STHB Bandung	840			4.610191817	5
17	STIE Ekuitas	1936			10.62539447	11
18	STIE Muhammadiyah	159			0.872643451	1
19	STIE Pasundan	906			4.972421174	5
20	STIE STEMBI	583			3.199692654	3
21	STMIK LPKIA	444			2.436815675	2
22	STKIP Persis	207			1.136082983	1
23	STMIK AMIK	243			1.333662633	1
24	STMIK LIKMI	1017			5.581625093	6
25	STIKOM Bandung	173			0.949479981	1
26	STIE Tridarma	234			1.28426772	1
27	STIE Inaba	442			2.425839027	2
28	STMIK Jabar	491			2.694766883	3
29	Universitas Islam Bandung	7119			39.07137565	39
30	Universitas Komputer Indonesia	10636			58.37380972	58
31	Universitas Pasundan	14586			80.05268791	80
32	Universitas Katolik Parahyangan	9650			52.96232266	53
33	Universitas Widyatama	4712			25.86098076	26
	<b>TOTAL</b>	<b>72482</b>				<b>398</b>



## D. PENGUMPULAN DATA

### 1. JENIS DAN SUMBER DATA

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sumber data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Kota Bandung baik secara langsung maupun melalui pengisian kuisisioner di website dengan alamat url://www.kuisisionerku.com, sedangkan data sekunder diperoleh dari data mahasiswa di <http://evaluasi.dikti.go.id> Kopertis Wilayah IV.

Tabel 3. 7

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data	Sumber Data
Tanggapan Responden tentang Budaya Organisasi	Mahasiswa PTS
Tanggapan Responden tentang Pemasaran Pendidikan Tinggi	Mahasiswa PTS
Tanggapan Responden tentang Layanan Akademik	Mahasiswa PTS
Tanggapan Responden tentang Tingkat Kepuasan Mahasiswa	Mahasiswa PTS

### 2. ALAT PENGUMPULAN DATA

Dalam penyusunan alat pengumpul data, penulis berpedoman pada ruang lingkup variabel-variabel yang terkait. Instrument yang berupa angket terdiri dari angket tentang budaya organisasi yang ada lingkungan perguruan tinggi swasta yang ditujukan kepada mahasiswa PTS di wilayah kota Bandung untuk melihat

sejauhmana mereka mengenal budaya organisasi, pemasaran perguruan tinggi, layanan akademik perguruan tinggi mereka, serta tingkat kepuasan yang mereka peroleh.

Berikut merupakan langkah-langkah yang ditempuh peneliti dalam menyusun angket:

- a. Menentukan variabel-variabel serta indikator-indikator yang dianggap dapat mewakili permasalahan yang akan diteliti, yang dituangkan dalam kisi-kisi instrumen penelitian. Seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 8  
Kisi-kisi Instrumen Variabel Budaya Organisasi (X<sub>1</sub>)

Variabel	Dimensi	Indikator	No Item
<b>Budaya Organisasi (X<sub>1</sub>)</b>	1. <i>A shared sense of purpose and vision</i> (visi dan tujuan bersama)	a. Pengetahuan mengenai Visi dan Misi lembaga b. Penerapan visi dan misi organisasi pada proses pembelajaran siswa dan dosen	1,2,3,4
	2. <i>Norms, values, beliefs, and assumptions</i> (norma, nilai, kepercayaan, dan asumsi)	a. Memiliki nilai kolegialitas, kinerja, dan perbaikan yang menimbulkan kualitas, prestasi, dan pembelajaran b. Memiliki keyakinan dan asumsi yang positif tentang siswa, staf untuk terus tumbuh dan berkembang	5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21
	3. <i>Rituals, traditions, and ceremonies</i> (ritual, tradisi, dan seremonial)	a. Ritual dan upacara yang memperkuat nilai-nilai budaya inti	21,22,23,24,25,26,27
	4. <i>Histories and stories</i> (sejarah dan cerita)	a. Kaya akan sejarah dan tujuan b. Cerita akan kepahlawanan	28,29,30
	5. <i>People and relationships</i> (orang-orang dan hubungan)	a. Berbagi rasa tanggung jawab b. Mendorong komunikasi yang positif di antara staf, pimpinan, dan siswa c. Memiliki hubungan	31,32,33

Variabel	Dimensi	Indikator	No Item
		intrapersonal yang kuat	
	6. <i>Architecture, artefacts, and symbols</i> (arsitektur, artefak, dan symbol)	a. Lingkungan fisik yang melambangkan sukacita dan kebanggaan b. Mengenalkan budaya kampus lewat bangunan dan symbol yang ada	34,35

Tabel 3. 9

Kisi-kisi Instrumen Variabel Pemasaran Pendidikan Tinggi ( $X_2$ )

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Item
<b>Pemasaran Pendidikan Tinggi (<math>X_2</math>)</b>	1. Produk ( <i>product</i> )	a. Variasi pilihan: Pilihan Konsentrasi b. Nama PT: 1) Reputasi 2) Prospek PT	1,2,3
	2. Harga ( <i>price</i> )	a. Penetapan biaya: SPP, biaya pembangunan, biaya laboratorium b. Beasiswa c. Pembayaran: Prosedur pembayaran d. Syarat Kredit: Syarat cicilan	4,5,6,7
	3. Tempat ( <i>place</i> )	a. Lingkungan: Dekat dengan pusat kota, luas lahan parkir, dan kondusif b. Transfortasi: angkutan umum dan tingkat kemacetan rendah	8,9,10
	4. Promosi ( <i>promotion</i> )	a. Mengiklankan melalui Iklan TV, Radio, dan spanduk b. Promosi penjualan melalui: undian hadiah, dan pameran c. Penjualan tatap muka: kontak langsung d. Hubungan masyarakat: kegiatan humas	11,12,13,14
	5. Proses ( <i>process</i> )	a. Kualitas jasa perkuliahan: Proses KBM, dan kualitas jasa/	16,17,18,19

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Item
		perkuliahan b. Kualitas jasa administrasi	
	6. Orang ( <i>people</i> )	a. Administrator: kompetensi administrator yang professional b. Dosen: Kompetensi Dosen yang professional c. Pegawai: Kompetensi pegawai yang professional	20,21,22
	7. Bukti fisik ( <i>physical evidence</i> ).	a. Gaya bangunan: kesesuaian segi esetika dan fungsional b. Fasilitas penunjang: sarana pendidikan, peribadahan, olahraga dan keamanan	23,24

Tabel 3. 10

Kisi-kisi Instrumen Variabel Layanan Akademik (Y)

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Item
Layanan Akademik (Y)	1. Reliability	a. Prosedur menerima keluhan atau permintaan mahasiswa yang cepat dan tepat b. Pelayanan administrasi akademik yang cepat dan tepat c. Jadwal pelayanan mahasiswa dijalankan tepat d. Prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit	1,2,3,4
	2. Responsiveness	a. Kemampuan Dosen dan admnistratur cepat tanggap menyelesaikan kebutuhan mahasiswa	5,6,7

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Item
		<ul style="list-style-type: none"> <li>b. Dosen ataupun administrator dapat memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti</li> <li>c. Ada tindakan cepat pada saat mahasiswa membutuhkan</li> </ul>	
	3. Assurance	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pengetahuan dan kemampuan para dosen dalam memberikan materi perkuliahan</li> <li>b. Keterampilan para dosen dan administrator dalam bekerja</li> <li>c. Pelayanan yang sopan dan ramah</li> <li>d. Adanya jaminan keamanan terhadap mahasiswa</li> </ul>	8,9,10,11
	4. Emphaty	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memberikan perhatian secara khusus kepada setiap mahasiswa</li> <li>b. Perhatian terhadap keluhan mahasiswa</li> <li>c. Pelayanan kepada semua mahasiswa tanpa memandang status sosial dan lain-lain</li> </ul>	12,13,14
	5. Tangibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan</li> <li>b. Penataan eksterior dan interior ruangan</li> <li>c. Kelengkapan, kesiapan, dan kebersihan alat-alat yang digunakan</li> <li>d. Kerapian dan kebersihan penampilan petugas</li> </ul>	15,16,17,18

Tabel 3. 11

## Kisi-kisi Instrumen Variabel Tingkat Kepuasan Mahasiswa (Z)

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Item
Tingkat Kepuasan Mahasiswa (Z)	1. <i>Curriculum</i> (Kurikulum)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Curriculum content</i></li> <li>b. <i>Organization of course content</i></li> <li>c. <i>Courses cover relevant topics</i></li> <li>d. <i>Courses up to date</i></li> <li>e. <i>Courses cover standards used in field</i></li> </ul>	1,2,3,4,5
	2. <i>Teaching</i> (Pengajaran)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Quality of instruction</i></li> <li>b. <i>Avaibility of instructors outside class</i></li> <li>c. <i>Opportunities for class discussions</i></li> <li>d. <i>Opportunities for class presentations</i></li> <li>e. <i>Tests of papers assigned</i></li> </ul>	6,7,8,9,10
	3. <i>Analitical Skills</i> (Kemampuan menganalisa)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Analyze, think critically, solve problems</i></li> <li>b. <i>Combine ideas into new information</i></li> <li>c. <i>Find and use information</i></li> <li>d. <i>Learn on one's own</i></li> </ul>	11,12,13,14
	4. <i>Communication skills</i> (Kemampuan berkomunikasi)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Speak effectively</i></li> <li>b. <i>Write clearly and concisely</i></li> <li>c. <i>Read and comprehend material</i></li> </ul>	15,16,17,18
	5 <i>Sosial Skills</i> (kemampuan sosial).	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Work effectively with others</i></li> <li>b. <i>Develop Supportive relationships</i></li> </ul>	19,20
	6. <i>Personal Growth</i> (Pertumbuhan diri)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Understand oneself and abilities</i></li> <li>b. <i>Develop values and</i></li> </ul>	21,22,23

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Item
		<i>ethical standards</i> c. <i>Aware of culture an philosophies</i>	

- b. Menyusun pernyataan-pernyataan atau pertanyaan-pertanyaan yang dianggap menggambarkan masalah yang sedang diteliti disertai alternatif jawaban yang akan dipilih responden berdasarkan variabel-variabel serta indikator-indikator yang telah ditentukan dalam kisi-kisi instrumen dan nomor item dalam kisi-kisi instrumen penelitian.
- c. Menetapkan kriteria penskoran untuk alternatif jawaban dengan menggunakan skala Likert dalam bentuk daftar check list (√), yaitu:

Tabel 3.12  
Kriteria Penskoran Alternatif Jawaban Dari Likert  
Variabel X dan Variabel Y

Alternatif Jawaban	Skor Pernyataan
SS : Sangat Setuju	5
S : Setuju	4
KS : Kurang Setuju	3
TS : Tidak Setuju	2
STS: Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2004:107)

#### E. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN

Uji coba instrument penelitian yang bertujuan untuk mengetahui kualitas instrument yang meliputi sekurang-kurangnya, validitas dan realibilitas instrument.

Uji reliabilitas akan digunakan dengan menghitung nilai alfa atau dengan *Cronbach's Alpha*. Penghitungan *Cronbach's Alpha* dilakukan dengan menghitung rata-rata interkorelasi di antara butir-butir pernyataan dalam

kuesioner. Secara umum, bahwa reliabilitas yang ditentukan oleh nilai *Cronbach's Alpha* – kurang dari 0,361 dinyatakan kurang baik. Untuk uji reliabilitas yaitu dengan membandingkan antara antara nilai korelasi *gutman split half* atau  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ , untuk itu bisa di lihat dalam tabel di bawah ini :

Tabel 3. 13

## Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai korelasi gutman split half	$R_{tabel}$	Kesimpulan
1	X <sub>1</sub>	0,554	0,361	Reliabel
2	X <sub>2</sub>	0,502	0,361	Reliabel
3	Y	0,587	0,361	Reliabel
4	Z	0,581	0,361	Reliabel

Uji validitas dalam data ini menggunakan bantuan program *Ms.Excel* dengan memasukkan data yang diperoleh dari 30 orang responden yakni Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia ke dalam rumus yang ditetapkan oleh Pearson yang dikenal dengan korelasi *Product Moment*. Dengan distribusi (Tabel t) untuk  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan ( $dk = n-2$ ) kaidah keputusannya: Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti valid, sebaliknya jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti tidak valid. Berdasarkan pengujian tersebut diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 3. 14

Validitas Butir Budaya Organisasi (X<sub>1</sub>)

No Item Pertanyaan	r hitung	t hitung	t tabel	keputusan	Tindak Lanjut
1	0.540	3.397	1.701	valid	Digunakan
2	0.837	8.097	1.701	valid	Digunakan
3	0.652	4.546	1.701	valid	Digunakan
4	0.720	5.489	1.701	valid	Digunakan
5	-0.283	-1.558	1.701	Tidak Valid	Dibuang



No Item Pertanyaan	r hitung	t hitung	t tabel	keputusan	Tindak Lanjut
6	0.589	3.859	1.701	valid	Digunakan
7	0.007	0.040	1.701	Tidak Valid	Dibuang
8	0.195	1.050	1.701	Tidak Valid	Dibuang
9	0.650	4.527	1.701	valid	Digunakan
10	0.650	4.527	1.701	valid	Digunakan
11	0.649	4.517	1.701	valid	Digunakan
12	0.582	3.783	1.701	valid	Digunakan
13	0.744	5.885	1.701	valid	Digunakan
14	0.639	4.397	1.701	valid	Digunakan
15	0.603	4.004	1.701	valid	Digunakan
16	0.744	5.893	1.701	valid	Digunakan
17	0.684	4.967	1.701	valid	Digunakan
18	0.713	5.386	1.701	valid	Digunakan
19	0.656	4.599	1.701	valid	Digunakan
20	0.351	1.981	1.701	valid	Digunakan
21	0.701	5.200	1.701	valid	Digunakan
22	0.641	4.425	1.701	valid	Digunakan
23	0.507	3.110	1.701	valid	Digunakan
24	0.425	2.482	1.701	valid	Digunakan
25	0.689	5.029	1.701	valid	Digunakan
26	0.732	5.681	1.701	valid	Digunakan
27	0.631	4.303	1.701	valid	Digunakan
28	0.574	3.712	1.701	valid	Digunakan
29	0.175	0.942	1.701	Tidak Valid	Dibuang
30	0.496	3.021	1.701	valid	Digunakan
31	0.629	4.282	1.701	valid	Digunakan
32	0.644	4.458	1.701	valid	Digunakan
33	0.624	4.221	1.701	valid	Digunakan
34	0.264	1.447	1.701	Tidak Valid	Dibuang
35	0.720	5.495	1.701	valid	Digunakan

Tabel 3. 15

Validitas Butir Pemasaran Pendidikan Tinggi (X<sub>2</sub>)

No Item Pertanyaan	r hitung	t hitung	t tabel	keputusan	Tindak Lanjut
1	0.659	4.638	1.701	Valid	Digunakan
2	0.383	2.196	1.701	Valid	Digunakan

No Item Pertanyaan	r hitung	t hitung	t tabel	keputusan	Tindak Lanjut
3	0.588	3.842	1.701	Valid	Digunakan
4	0.466	2.785	1.701	Valid	Digunakan
5	0.591	3.877	1.701	Valid	Digunakan
6	0.564	3.617	1.701	Valid	Digunakan
7	0.062	0.327	1.701	Tidak Valid	Diperbaharui
8	0.170	0.915	1.701	Tidak Valid	Diperbaharui
9	0.541	3.405	1.701	Valid	Digunakan
10	0.279	1.536	1.701	Tidak Valid	Diperbaharui
11	0.303	1.684	1.701	Tidak Valid	Diperbaharui
12	0.587	3.833	1.701	Valid	Digunakan
13	0.652	4.547	1.701	Valid	Digunakan
14	0.656	4.604	1.701	Valid	Digunakan
15	0.516	3.187	1.701	Valid	Digunakan
16	0.583	3.794	1.701	Valid	Digunakan
17	0.532	3.321	1.701	Valid	Digunakan
18	0.492	2.988	1.701	Valid	Digunakan
19	0.581	3.781	1.701	Valid	Digunakan
20	0.650	4.525	1.701	Valid	Digunakan
21	0.554	3.523	1.701	Valid	Digunakan
22	0.638	4.387	1.701	Valid	Digunakan
23	0.486	2.946	1.701	Valid	Digunakan
24	0.370	2.110	1.701	Valid	Digunakan
25	0.544	3.427	1.701	Valid	Digunakan
26	0.742	5.861	1.701	Valid	Digunakan
27	0.409	2.372	1.701	Valid	Digunakan
28	0.450	2.668	1.701	Valid	Digunakan

Tabel 3. 16

Validitas Butir Layanan Akademik (Y)

No Item Pertanyaan	r hitung	t hitung	t tabel	keputusan	Tindak Lanjut
1	0.814	7.427	1.701	Valid	Digunakan
2	0.719	5.468	1.701	Valid	Digunakan
3	0.634	4.334	1.701	Valid	Digunakan
4	0.714	5.392	1.701	Valid	Digunakan
5	0.829	7.835	1.701	Valid	Digunakan
6	0.768	6.339	1.701	Valid	Digunakan
7	0.723	5.533	1.701	Valid	Digunakan

No Item Pertanyaan	r hitung	t hitung	t tabel	keputusan	Tindak Lanjut
8	0.331	1.858	1.701	Valid	Digunakan
9	0.597	3.940	1.701	Valid	Digunakan
10	0.664	4.694	1.701	Valid	Digunakan
11	0.690	5.047	1.701	Valid	Digunakan
12	0.730	5.645	1.701	Valid	Digunakan
13	0.599	3.956	1.701	Valid	Digunakan
14	0.708	5.305	1.701	Valid	Digunakan
15	0.243	1.326	1.701	Tidak Valid	Diperbaharui
16	0.145	0.778	1.701	Tidak Valid	Diperbaharui
17	0.339	1.904	1.701	Valid	Digunakan
18	0.329	1.841	1.701	Valid	Digunakan

Tabel 3. 17  
Validitas Butir Tingkat Kepuasan Mahasiswa (Z)

No Item Pertanyaan	r hitung	t hitung	t tabel	keputusan	Tindak Lanjut
1	0.582	3.789	1.701	Valid	Digunakan
2	0.462	2.756	1.701	Valid	Digunakan
3	0.760	6.187	1.701	Valid	Digunakan
4	0.596	3.923	1.701	Valid	Digunakan
5	0.673	4.809	1.701	Valid	Digunakan
6	0.382	2.189	1.701	Valid	Digunakan
7	0.586	3.827	1.701	Valid	Digunakan
8	0.534	3.344	1.701	Valid	Digunakan
9	0.551	3.494	1.701	Valid	Digunakan
10	0.798	7.017	1.701	Valid	Digunakan
11	0.549	3.478	1.701	Valid	Digunakan
12	0.677	4.872	1.701	Valid	Digunakan
13	0.788	6.770	1.701	Valid	Digunakan
14	0.383	2.192	1.701	Valid	Digunakan
15	0.521	3.228	1.701	Valid	Digunakan
16	0.623	4.211	1.701	Valid	Digunakan
17	0.645	4.465	1.701	Valid	Digunakan
18	0.638	4.380	1.701	Valid	Digunakan
19	0.484	2.928	1.701	Valid	Digunakan
20	0.704	5.241	1.701	Valid	Digunakan
21	0.470	2.814	1.701	Valid	Digunakan
22	0.528	3.292	1.701	Valid	Digunakan
23	0.425	2.486	1.701	Valid	Digunakan

#### D. TEKNIK ANALISIS DATA

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan angket terhadap responden yang telah terpilih sebagai sampel. Kuesioner diminta untuk diisi tanpa harus berdiskusi dengan responden lain. Setelah angket ditarik, selanjutnya dicatat untuk dianalisa datanya. Data-data yang dikumpulkan akan dianalisa untuk menguji hipotesis penelitian dan mengetahui kadar pengaruh antara budaya organisasi dan pemasaran pendidikan tinggi terhadap layanan akademik serta dampaknya pada tingkat kepuasan mahasiswa, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis sebagai berikut:

a. Menghitung persentase skor rata-rata

Menghitung persentase skor rata-rata dari setiap variabel  $X_1, X_2$  dan Y dan Z dengan tujuan untuk mengetahui kecenderungan umum jawaban responden terhadap variabel-variabel penelitian. Penghitungan ini menggunakan rumus:

$$P = \frac{\bar{X}}{X_{id}} \times 100\%$$

Dimana :

- $\bar{P}$  = Prosentase skor rata-rata yang dicari
- $\bar{X}$  = Skor rata-rata setiap variabel
- $X_{id}$  = Skor ideal setiap variabel

b. Mendeskripsikan variabel

Langkah berikutnya setelah menghitung prosentase variabel, penulis mendeskripsikan setiap variabel, lengkap dengan dimensinya. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana budaya organisasi

dan pemasaran pendidikan tinggi terhadap layanan akademik serta dampaknya pada tingkat kepuasan mahasiswa di PTS wilayah kota Bandung. Untuk mengetahui masing-masing variabel beserta dimensi-dimensinya, peneliti dalam penghitungannya menggunakan *Ms Excel* dan program *SPSS for window 17.00*.

c. Pengujian normalitas distribusi

Uji normalitas dilaksanakan supaya dapat diketahui apakah sample tersebut bersumber dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* melalui bantuan program *SPSS for windows 17.00*.

d. Menguji hipotesis.

Menguji hipotesis penelitian ini dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi. digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel, yaitu variabel bebas atau *independent variable* dan variabel terikat atau *dependent variable*, variabel *independent* terhadap variabel *dependen*, dan menganalisis regresi yang digunakan untuk memprediksi perubahan nilai variabel *dependen* apabila variabel *independent* nya berubah. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program *SPSS for window 17.0*.

Adapun tujuannya untuk memudahkan memasukan data yang akan diklarifikasikan ke dalam kategori-kategori, selanjutnya dibandingkan dengan menghitung frekuensi dan prosentase, analisis statistik regresi dengan model persamaan dua jalur yang digunakan dalam menguji pengaruh yang signifikan antara budaya organisasi dan pemasaran pendidikan tinggi

terhadap layanan akademik serta dampaknya pada tingkat kepuasan mahasiswa. Menguji hipotesis digunakan teknik statistik regresi dengan model persamaan dua jalur dan menggunakan analisis untuk substruktur 1 dan sub struktur 2 dengan persamaan strukturalnya:

$$\text{Sub struktur 1: } Y = \beta_{YX_1} X_1 + \beta_{YX_2} X_2 + \epsilon_1$$

$$\text{Sub struktur 2: } Z = \beta_{ZX_2} X_2 + \beta_{YZ} Y + \epsilon_2$$

(Sarwono, 2007:27)

Untuk memudahkan interpretasi mengenai kekuatan korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat seperti yang dikemukakan oleh Sarwono (2007:44) , maka digunakan tabel dibawah ini yaitu:

**Tabel 3. 18**

**Interpretasi Korelasi Antar Variabel**

Interval Koefesien i	Tingkat Hubungan
0 – 25	Korelasi sangat lemah
> 0,25 – 0,5	Korelasi cukup
> 0,5 – 0,75	Korelasi kuat
>0,75 - 1	Korelasi sangat kuat