

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh *corporate image* terhadap keputusan kuliah di PTS Universitas Widyatama. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (*Independent Variabel*) atau variabel X adalah *corporate image* yang memiliki beberapa dimensi diantaranya *personality, reputation, value/ethics, corporate identity*. Sedangkan objek yang merupakan variabel terikat (*dependent variabel*) atau variabel Y adalah proses keputusan kuliah yang terdiri pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan keputusan kuliah.

Pada penelitian ini yang menjadi responden adalah calon mahasiswa yang tidak melakukan registrasi ulang untuk menjadi mahasiswa Universitas Widyatama. Berdasarkan objek penelitian tersebut, maka dapat dianalisis pengaruh *corporate image* terhadap keputusan kuliah di Universitas Widyatama.

#### 3.2 Metode Penelitian

##### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Yang Digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian dari penelitian ini adalah **penelitian deskriptif** dan **verifikatif**. Menurut pendapat Sugiyono (2006:11), "Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang memberikan gambaran dari variabel penelitian". Hal serupa dikemukakan oleh Traver dan Travens (Husain Umar, 2001:21) 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". Melalui jenis penelitian penelitian *deskriptif* maka dapat diperoleh deskripsi mengenai:

1. Pandangan responden terhadap *corporate image*.
2. Proses keputusan kuliah.

Sedangkan jenis penelitian *verifikatif* menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini penelitian *verifikatif* bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate image* terhadap proses keputusan kuliah.

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 metode *survey explanatory*, yaitu metode survei untuk menjelaskan (*explain*) hubungan antara variabel melalui pengujian hipotesis.

Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (2006:7) :

Metode *deskriptif survey* dan *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif distribusi dan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Selain itu, karena penelitian ini dilakukan pada kurun waktu 11 bulan dari bulan Mei 2007 sampai dengan bulan April 2008 maka metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional method*, yaitu metode penelitian dengan cara

mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang), (Husain Umar, 2001:45).

Penelitian yang menggunakan 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 di lapangan.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi *corporate image* dan keputusan kuliah. Adapun sebagai variabel X adalah *corporate image* yang memiliki beberapa dimensi, diantaranya *personality, reputation, value/ethics, corporate identity*. Sedangkan proses keputusan kuliah sebagai variabel Y. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada tabel operasionalisasi variabel dibawah ini

**TABEL 3.1  
OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel/ Sub variabel	konsep	Indikator	ukuran	Skala	No. Instrumen
<i>Corporate Image</i> (X)	Gagasan atau persepsi mental dari khalayak tertentu atas suatu perusahaan atau organisasi yang didasarkan pada pengetahuan dan pengalaman khalayak itu sendiri.				
<i>Personality</i>	Keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami oleh lingkungan di luar perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk jasa pendidikan</li> <li>• Distribusi jasa pendidikan</li> <li>• Promosi jasa pendidikan</li> <li>• Harga jasa pendidikan</li> <li>• Proses jasa pendidikan</li> <li>• Sumber daya manusia jasa pendidikan</li> <li>• Bukti fisik jasa pendidikan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kelengkapan program studi</li> <li>• Tingkat kemudahan akses tempat</li> <li>• Tingkat keragaman alat promosi</li> <li>• Tingkat kesesuaian harga</li> <li>• Tingkat kesesuaian kurikulum</li> <li>• Tingkat kompetensi dosen</li> <li>• Tingkat perilaku staf dan dosen</li> <li>• Tingkat keluasaan gedung</li> <li>• Tingkat kelengkapan saran dan prasarana</li> </ul>	ordinal	3.1 3.2 3.3 3.4 3.5 3.6 3.7 3.8 3.9
<i>Reputation</i>	Keyakinan terhadap perusahaan berdasarkan pengalaman pribadi atau orang lain atas produk atau jasa perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lulusan</li> <li>• Mutu pendidikan</li> <li>• Akreditasi</li> <li>• Gedung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keyakinan kualitas lulusan</li> <li>• Tingkat keyakinan mutu</li> <li>• Tingkat keyakinan akreditasi</li> <li>• Tingkat kebersihan gedung</li> </ul>	Ordinal	3.10 3.11 3.12 3.13
<i>Value / Ethics</i>	Nilai-nilai yang dianut dalam budaya perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keramahan</li> <li>• Gaya kerja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keramahan staf dan dosen</li> <li>• Tingkat ketanggapan staf dan dosen</li> </ul>	Ordinal	3.14 3.15
<i>Corporate Identity</i>	Identitas dalam nama, simbol, warna dan ritual untuk memunculkan perusahaan, merek dan kepentingan perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nama universitas</li> <li>• Visi dan misi universitas</li> <li>• <i>Tagline</i> univeritas</li> <li>• Bagunan universitas</li> <li>• Staf dan dosen univeritas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kemenarikan nama universitas</li> <li>• Tingkat kemenarikan visi dan misi univeritas</li> <li>• Tingkat kemenarikan <i>tagline</i> univeritas</li> <li>• Tingkat kemenarikan gedung perkuliahan</li> <li>• Tingkar kemenarikan staf dan dosen</li> </ul>	Ordinal	3.16 3.17 3.18 3.19 3.20

Proses Keputusan Kuliah (Y)	Proses yang diambil konsumen dalam mengambil keputusan untuk kuliah				
Identifikasi Kebutuhan	Proses pembeli dimulai saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebutuhan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keinginan untuk mendapat pekerjaan</li> <li>• Tingkat keinginan meningkatkan status</li> </ul>	Ordinal	3.21 3.22
Pencarian Informasi	Usaha konsumen untuk mengetahui informasi tentang produk dari berbagai sumber	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi dari sumber pribadi</li> <li>• Informasi dari sumber publik</li> <li>• Informasi dari sumber pengalaman</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat sumber informasi pribadi</li> <li>• Tingkat informasi dari sumber publik</li> <li>• Tingkat sumber informasi dari sumber pengalaman</li> </ul>	Ordinal	3.23 3.24 3.25
Evaluasi Alternatif	Proses dimana suatu alternatif pilihan dievaluasi dan dipilih untuk memenuhi kebutuhan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemilihan karena citra yang dimiliki</li> <li>• Pemilihan karena kelengkapan sarana dan prasarana</li> <li>• Pemilihan karena harga yang ditawarkan</li> <li>• Pemilihan karena pengaruh orang tua</li> <li>• Pemilihan karena program studi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat pemilihan karena citra yang dimiliki</li> <li>• Tingkat Pemilihan karena kelengkapan sarana dan prasarana</li> <li>• Tingkat Pemilihan karena harga yang ditawarkan</li> <li>• Tingkat Pemilihan karena pengaruh orang tua</li> <li>• Tingkat pemilihan karena program studi</li> </ul>	Ordinal	3.26 3.27 3.28 3.29 3.30
Keputusan Pembelian	Keputusan yang diambil oleh konsumen setelah mengevaluasi beberapa alternatif yang tersedia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keputusan karena citra yang dimiliki</li> <li>• Keputusan karena kelengkapan sarana dan prasarana</li> <li>• Keputusan karena harga yang ditawarkan</li> <li>• Keputusan karena pilihan orang tua</li> <li>• Keputusan karena promosi yang dilakukan</li> <li>• Keputusan karena kualitas dosen</li> <li>• Keputusan karena program studi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keputusan karena citra yang dimiliki</li> <li>• Tingkat keputusan karena kelengkapan sarana dan prasarana</li> <li>• Tingkat keputusan karena harga yang ditawarkan</li> <li>• Tingkat keputusan karena pilihan orang tua</li> <li>• Tingkat keputusan karena promosi yang dilakukan</li> <li>• Tingkat keputusan karena kualitas dosen</li> <li>• Tingkat keputusan karena program studi</li> </ul>	Ordinal	3.31 3.32 3.33 3.34 3.35 3.36 3.37

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2006:129) berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu: data primer dan data sekunder. "Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau yang terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu", sedangkan "Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel dan tulisan-tulisan ilmiah".

Data primer dan data sekunder di atas diperoleh dari sumber data, sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Sumber data primer adalah pelaku yang terlibat langsung dengan karakter yang diteliti, sedangkan sumber data sekunder adalah karakter hasil liputan lain. Lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut.



**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

NO	DATA	JENIS DATA	SUMBER DATA
1	Profil Universitas Widyatama	Sekunder	PR dan Marketing Universitas Widyatama
2	Jumlah perguruan tinggi di Indonesia	Sekunder	Majalah SWA
3	Jumlah siswa SMA dan SMK di Jawa Barat	Sekunder	BPS
4	Jumlah PTS di Jawa barat	Sekunder	KOPERTIS Wilayah IV
5	Jumlah formulir SPMB dan daya tampung PTN	Sekunder	www.pikiran-rakyat.com
6	Jumlah mahasiswa baru Universitas Widyatama	Sekunder	PR dan Marketing Universitas Widyatama
7	Karakteristis responden	Primer	Konsumen
8	Tanggapan responden tentang citra Merek Universitas Widyatama	Primer	Konsumen
9	Tanggapan responden tentang keputusan kuliah di Universitas Widyatama	Primer	Konsumen

### 3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel

#### 3.2.4.1 Populasi

Mengumpulkan dan menganalisa suatu data, menentukan populasi merupakan langkah yang penting dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2006:72), "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Jadi, populasi bukan sekedar orang, tetapi juga benda-benda alam lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek itu, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki objek atau subjek itu.

Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi populasi penelitian adalah calon mahasiswa Universitas Widyatama yang tidak melakukan registrasi ulang

untuk menjadi mahasiswa Universitas Widyatama yang berjumlah 374 orang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.3

**TABEL 3.3**  
**USM, REGISTRASI MAHASISWA BARU UNIVERSITAS WIDYATAMA**

JUMLAH	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Form Terjual	3388	3008	2554	2513	2364	1968
Form Kembali	3198	2838	2313	2345	2217	1841
Lulus Ujian	1559	2063	2016	1830	1871	1601
Reg MHS Baru	1503	1393	1419	1365	1344	1227

Sumber: PR & Marketing Universitas Widyatama

Jumlah populasi 374 diambil dari jumlah lulusan Ujiaan saringan masuk Ujian Universitas Widyatama pada tahun 2006 dikurangi dengan jumlah registrasi mahasiswa baru Universitas Widyatama tahun 2006. Yaitu,  $1601 - 1227 = 374$ .

#### 3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Berdasarkan populasi yang telah ditentukan di atas, maka dalam rangka mempermudah penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar. Selain itu, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, hal ini dikarenakan keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Atas dasar pemikiran tersebut maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

Sampel penelitian merupakan bagian dari populasi yang diambil secara *representative* (mewakili) dan dipelajari yang kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi.

Penjelasan di atas seiring dengan apa yang diungkapkan oleh Masri Singarimbun (1995:149):



Bahwa tidak perlu meneliti semua individu dalam populasi, karena disamping memakan biaya yang sangat besar juga membutuhkan waktu yang lama, dan dengan meneliti sebagian populasi kita mengharapkan hasil yang didapat akan mampu menggambarkan hasil populasi yang bersangkutan.

Penelitian ini tidak mungkin dilaksanakan terhadap keseluruhan jumlah dalam populasi, meskipun kesimpulan dan saran dari penelitian ini ditujukan untuk populasi. Hal ini disebabkan karena beberapa faktor, diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian saja dari objek populasi yaitu sampel.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian yaitu calon mahasiswa Universitas Widyatama yang tidak melakukan registrasi ulang untuk menjadi mahasiswa Universitas Widyatama. Berkaitan dengan hal tersebut maka untuk menentukan besarnya sampel yang dapat mewakili dari populasi penelitian atau sumber data, dapat ditentukan berdasarkan aturan yang dikemukakan. Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini digunakan rumus sampel minimalis dari Harun Al Rasyid (1994:44) sebagai berikut.

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

Sedangkan  $n_0$  dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_0 = \left[ \frac{Z \left( 1 - \frac{\alpha}{2} \right) S}{\delta} \right]^2$$

Keterangan:

S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Deming's Empirical Dule*

$\delta$  = *Bound of error* yang dapat ditolerir sebesar 5%

N = Populasi

$n_0$  = Sampel

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

- a. Distribusi skor simetris.
- b. Nilai tertinggi skor peresponden :  $(37 \times 5) = 185$ .
- c. Nilai terendah skor peresponden :  $(37 \times 1) = 37$ .
- d. Rentang = Nilai tertinggi – Nilai skor terendah =  $185 - 37 = 148$ .
- e. S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi standard deviator) dengan menggunakan *deming empirical rule*, maka diperoleh.  
 $S = (0,24) (148) = 35,52$ .

Diperoleh  $S = (0,24)$ , karena diperoleh jawaban responden diperkirakan menjawab pertanyaan pada skor 2 dan 3.

- f. Dengan derajat kepercayaan  
 = 95% dimana  $\alpha = 0,05$ ,  $Z\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) = Z_{0,975} = 1,96$

(lihat tabel Z, yaitu tabel normal baku akan diperoleh nilai 1,96).

- g. Jadi  $n_0 = \left\{ \frac{1,96 \times 35,52}{5} \right\}^2 = 193,87$ .

- h. Dengan demikian jumlah sampel adalah sebagai berikut .

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}} = \frac{193,87}{1 + \frac{193,87}{374}}$$

$$n = \frac{193,87}{1,52} = 127,55$$

= dibulatkan menjadi 128.

Berdasarkan perhitungan di atas, dengan ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini dengan  $\alpha = 0,05$  dan derajat kepercayaan 5%, maka diperoleh ukuran sampel ( $n$ ) minimal sebesar 128. Jadi dalam penelitian ini, ukuran sampel minimal yang digunakan adalah 128 orang. Sampel yang akan diambil berjumlah 128 orang dari sebagian totalitas populasi calon mahasiswa yang tidak melakukan registrasi ulang untuk menjadi mahasiswa Universitas Widyatama.

#### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2005:91), "Teknik sampel adalah merupakan teknik pengambilan sampel". Setelah memperoleh data dari responden yang merupakan populasi penelitian, penulis mengambil sampelnya berdasarkan teknik *simple random sampling* untuk sampel homogen. Menurut Suharsimi (2004:111) yang dimaksud dengan *random sampling* yaitu:

Teknik sampling ini diberi nama demikian (*random sampling*) karena di dalam pengambilan sampelnya, peneliti "mencampur" subjek-subjek di dalam populasi sehingga semua subjek dianggap sama. Dengan demikian maka peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan (*chance*) dipilih menjadi sampel.

Dianggap random bila tiap unsur yang terdapat dalam populasi tersebut memiliki profitabilitas yang sama untuk terpilih, sedangkan menurut Sugiyono

(2005:57), “*Simple random sampling* adalah pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut karena anggota populasi dianggap homogen”.

Cara kerja teknik pengambilan anggota sampel yaitu dengan menggunakan tabel bilangan acak (*table of random digits*). Adapun langkah-langkah yang diambil untuk teknik ini adalah:

1. Batasi populasi. Dalam penelitian ini yang menjadi sasaran adalah calon mahasiswa yang tidak melakukan registrasi ulang untuk menjadi mahasiswa Universitas Widyatama.
2. Tentukan ukuran sampel yang digunakan.
3. Susun kerangka sampel.
4. Pilih dua digit nomor dari bilangan acak.
5. Hubungkan dua digit nomor dengan nomor dengan dua digit nomor terakhir dari tiap-tiap nomor pendaftaran populasi. Misalnya dua digit pertama adalah 03, maka yang dijadikan sampel adalah angka pendaftaran dari populasi ke-1 sampai ke-374 dengan nomor terakhirnya 03.
6. Apabila setelah semua nomor pendaftaran dicek ada bilangan acak yang tidak cocok, maka nomor bilangan acak tersebut dilewat.
7. Ulangi tahap lima hingga jumlah sampel yang diinginkan terpenuhi.

### **3.2.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk keperluan penelitian, dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis

yang telah dirumuskan. Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Studi literatur yaitu usaha untuk mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti, terdiri dari *corporate image* dan keputusan kuliah. Studi literatur tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu:

- 1) Perpustakaan UPI.
- 2) Perpustakaan Unpad, Unpar, dan lainnya.
- 3) Skripsi angkatan terdahulu.
- 4) Tesis dan Disertasi.
- 5) Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- 6) Media Cetak (Majalah, Koran, dsb).
- 7) Media Elektronik (Internet).

b. Kuesioner/angket yaitu teknik pengumpulan data primer melalui daftar pertanyaan yang dibuat secara tertulis sehubungan dengan masalah yang sedang diteliti kepada calon mahasiswa Universitas Widyatama yang tidak melakukan registrasi ulang untuk menjadi mahasiswa Universitas Widyatama, diklasifikasikan ke dalam lima alternatif jawaban (*Likert's Summated*), dimana setiap *option* terdiri dari lima kriteria sebagai berikut.

**TABEL 3.4**  
**INTERPRETASI ALTERNATIF JAWABAN**

ALTERNATIF JAWABAN	PERNYATAAN POSITIF	PERNYATAAN NEGATIF
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Kurang Setuju	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber : Sugiyono (2005:93)

- c. Wawancara, sebagai teknik komunikasi langsung dengan pihak perguruan tinggi, wawancara ini dilakukan kepada pihak PR dan Marketing Universitas Widyatama.

### **3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas**

Pada suatu penelitian, data merupakan hal yang paling penting. Hal tersebut disebabkan data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian, sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel.

#### **3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian**

Menurut Suharsimi Arikunto (2004:145):

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah.



Data mempunyai kedudukan paling tinggi dalam penelitian, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu, benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian, sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas. Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus Korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

(Suharsimi Arikunto, 2004:170)

Dimana:

$r$  = koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y, dua variabel yang dikorelasikan

$N$  = Jumlah Sampel

$\Sigma X^2$  = Kuadrat faktor variabel X

$\Sigma Y^2$  = Kuadrat faktor variabel Y

$\Sigma XY$  = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

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

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} ; db = n-2$$

Keputusan pengujian validitas responden berdasarkan citra merek perguruan tinggi dengan menggunakan taraf signifikan sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel.
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r$  hitung  $< r$  tabel.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 11,5 *for windows*. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 11,5 *for windows* sebagai berikut:

- 1) Memasukkan data variabel X dan variabel Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
- 2) Klik variabel view, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *column*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).
- 3) Kembali ke data view, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *correlations*, *bivariate*.
- 4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik *Pearson*, OK.

- 5) Dihasilkan output, apakah data tersebut valid atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

**TABEL 3.5**  
**PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No.	<i>Corporate Image</i>	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	KETERANGAN
	<b>Personality</b>			
1	Tingkat kelengkapan program studi	0,499	0,374	Valid
2	Tingkat kemudahan akses tempat	0,682	0,374	Valid
3	Tingkat keragaman alat promosi	0,663	0,374	Valid
4	Tingkat kesesuaian harga	0,708	0,374	Valid
5	Tingkat kesesuaian kurikulum	0,823	0,374	Valid
6	Tingkat kompetensi dosen	0,670	0,374	Valid
7	Tingkat perilaku staf dan dosen	0,765	0,374	Valid
8	Tingkat keluasan gedung	0,760	0,374	Valid
9	Tingkat kelengkapan sarana dan prasarana	0,577	0,374	Valid
	<b>Reputation</b>			
10	Tingkat keyakinan kualitas lulusan	0,785	0,374	Valid
11	Tingkat keyakinan mutu	0,823	0,374	Valid
12	Tingkat keyakinan akreditasi	0,670	0,374	Valid
13	Tingkat kebersihan gedung	0,822	0,374	Valid
	<b>Value/Ethics</b>			
14	Tingkat keramahan staf dan dosen	0,577	0,374	Valid
15	Tingkat ketanggapan sataf dan dosen	0,663	0,374	Valid
	<b>Corporate Identity</b>			
16	Tingkat kemenarikan nama universitas	0,732	0,374	Valid
17	Tingkat kemenarikan logo universitas	0,586	0,374	Valid
18	Tingkat kemenarikan visi dan misi	0,547	0,374	Valid
19	Tingkat kemenarikan <i>tageline</i> universitas	0,864	0,374	Valid
20	Tingkat kemenarikan gedung perkuliahan	0,599	0,374	Valid
21	Tingkat kemenarikan staf dan dosen	0,864	0,374	Valid
	<b>Proses Keputusan Kuliah</b>	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	KETERANGAN
	<b>Pengenalan kebutuhan</b>			
22	Tingkat keinginan mendapatkan pekerjaan	0,659	0,374	Valid
23	Tingkat keinginan meningkatkan status	0,634	0,374	Valid
	<b>Pencarian Informasi</b>			
24	Tingkat sumber informasi pribadi	0,823	0,374	Valid
25	Tingkat sumber informasi publik	0,676	0,374	Valid
26	Tingkat sumber informasi pengalaman	0,743	0,374	Valid
	<b>Evaluasi Alternatif</b>			
27	Tingkat pemilihan karena citra yang dimiliki	0,579	0,374	Valid
28	Tingkat pemilihan karena kelengkapan sarana dan prasarana	0,783	0,374	Valid
29	Tingkat pemilihan karena harga yang ditawarkan	0,633	0,374	Valid
30	Tingkat pemilihan karena pengaruh orang tua	0,659	0,374	Valid

31	Tingkat pemilihan karena program studi	0,634	0,374	Valid
<b>Keputusan Kuliah</b>				
32	Tingkat keputusan karena citra yang dimiliki	0,823	0,374	Valid
33	Tingkat keputusan karena kelengkapan sarana dan prasarana	0,676	0,374	Valid
34	Tingkat keputusan karena harga yang ditawarkan	0,743	0,374	Valid
35	Tingkat keputusan karena pengaruh orang tua	0,579	0,374	Valid
36	Tingkat keputusan karena pengaruh promosi	0,783	0,374	Valid
37	Tingkat keputusan karena program studi	0,633	0,374	Valid

Sumber: hasil pengolahan data

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df)  $n-2$  ( $30-2=28$ ) maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,374. Berdasarkan Tabel 3.6 di atas, dapat diketahui bahwa instrumen yang diajukan kepada responden dapat dikatakan valid karena setiap pernyataan memiliki  $r_{hitung}$  yang lebih besar daripada  $r_{tabel}$ , sehingga instrumen tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur.

### 3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

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 dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. *Reliable* artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2004 :178).

Pada penelitian ini reliabilitas dicari dengan menggunakan rumus alpha atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dikarenakan pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5.

Rumus alpha atau *crobach'a alpha* ( $\alpha$ ) sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (\text{Husein Umar, 2002:146})$$

Keterangan:

- $r_{11}$  = Reliabilitas instrumen  
 $k$  = Banyaknya butir pertanyaan  
 $\sigma_t^2$  = Varians total  
 $\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian butir

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

(Husein Umar, 2002:147)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika koefisian internal seluruh item  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan tingkat signifikasi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
- 2) Jika koefisian internal seluruh item  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan tingkat signifikasi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 11.5 *for windows*. Adapun langkah-langkah menggunakannya adalah sebagai berikut :

- 1) Memasukan data variabel X dan Variabel Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data *view*.
- 2) Klik *variable view*, lalu isi kolom name dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X,Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *coloumn*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala ordinal).
- 3) Kembali ke data *view*, lalu klik *analyze* pada *toolbar* pilih *reliability analyze*.
- 4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik alpha, OK.
- 5) Dihasilkan output, apakah data tersebut *valid* serta *reliable* atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df)  $n-2$  ( $30-2=28$ ), maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,374. Berdasarkan Tabel 3.5 berikut ini dapat diketahui bahwa instrumen yang diajukan kepada responden dapat dikatakan reliabel, karena setiap pernyataan memiliki  $r_{hitung}$  yang lebih besar daripada  $r_{tabel}$ , sehingga instrumen tersebut akan memberikan hasil ukur yang sama.

**TABEL 3.6**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No.	Variabel	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	KETERANGAN
1	<i>Corporate Image</i>	0,769	0,374	Reliabel
2	Proses Keputusan Kuliah	0,763	0,374	Reliabel

Sumber: pengolahan data



### 3.2.7 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, digunakan dua jenis analisis, (1) Analisis *deskriptif* khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan (2) analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis *deskriptif* digunakan untuk melihat faktor penyebab, sedangkan analisis kuantitatif menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Path analysis* (analisis jalur). Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independent, yaitu *corporate image* yang terdiri dari *personality, reputation, value/ethics, corporate identity* terhadap variabel *dependent* Y, yaitu proses keputusan kuliah di PTS Universitas Widyatama yang terdiri pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan keputusan pembelian. Langkah-langkah dalam teknik analisis data akan disajikan dalam rancangan pengujian analisis.

#### 3.2.7.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain :

- a. Analisis deskriptif *corporate image* yang terdiri dari *personality, reputation, value/ethics, corporate identity*.
- b. Analisis deskriptif proses keputusan kuliah pada Universitas Widyatama yang terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan keputusan pembelian.

### 3.2.7.2 Analisis Verifikatif

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *path analysis* (analisis jalur). Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen ( $X_1$ ) yaitu *corporate image* yang terdiri dari *personality* ( $X_{1.1}$ ), *reputation* ( $X_{1.2}$ ), *value/ethics* ( $X_{1.3}$ ), dan *corporate identity* ( $X_{1.4}$ ), terhadap variabel dependen ( $Y$ ) yaitu keputusan kuliah. Langkah-langkah dalam teknis analisis data adalah sebagai berikut :

a. **Method of Successive Interval (MSI)**

Untuk memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur, maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval. Untuk itu karena penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka semua yang terkumpul terlebih dahulu akan di transformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of successive interval* (Harun Al Rasyd, 1994:131).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Menghitung frekuensi ( $f$ ) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
- 2) Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi ( $p$ ) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi ( $f$ ) dengan jumlah responden.
- 3) Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.

- 4) Untuk setiap pernyataan, tentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban.
- 5) tentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Dalam proses pengelolaan data MSI tersebut, peneliti menggunakan *software succ 97*.

b. Path Analysis

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variable independent dari semua sample penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat hubungan antara variable penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti terlihat pada gambar 3.1 berikut.



**GAMBAR 3.1**  
**STRUKTUR HUBUNGAN KAUSAL ANTARA X DAN Y**

Keterangan:

X : *Corporate Image*

Y : Proses Keputusan Kuliah

$\mathcal{E}$ : variabel yang mempengaruhi

Struktur hubungan di atas, mengisyaratkan bahwa *corporate image* berpengaruh terhadap proses keputusan kuliah, selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X dan Y, yaitu variable residu yang dilambangkan dengan  $\mathcal{E}$ , namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan dari *corporate image* yang terdiri dari *personality* ( $X_{1.1}$ ), *reputation* ( $X_{1.2}$ ), *value/ethics* ( $X_{1.3}$ ), dan *corporate identity* ( $X_{1.4}$ ), terhadap proses keputusan kuliah. Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

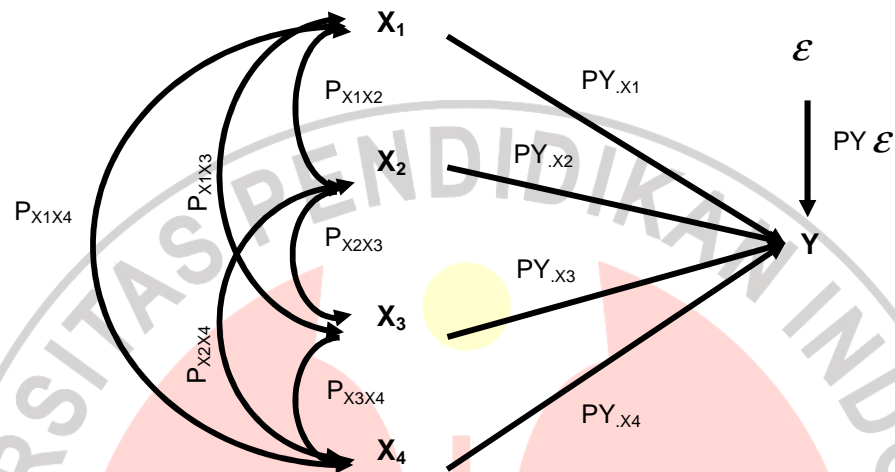
- a. Menggambar struktur hipotesis :



**GAMBAR 3.2**  
**DIAGRAM JALUR HIPOTESIS**

- b. Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling

dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.3 berikut.



**GAMBAR 3.3**  
**DIAGRAM JALUR STRUKTUR HIPOTESIS**

c. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas.

$$R_1 = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \\ 1 & r_{X_2X_1} & r_{X_3X_1} & r_{X_4X_1} \\ & 1 & r_{X_3X_2} & r_{X_4X_2} \\ & & 1 & r_{X_4X_3} \\ & & & 1 \end{pmatrix}$$

d. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis.

Menghitung matriks invers korelasi.

$$R_1^{-1} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \\ C_{1.1} & C_{2.1} & C_{3.1} & C_{4.1} \\ 1 & C_{2.2} & C_{3.2} & C_{4.2} \\ & 1 & C_{3.3} & C_{4.3} \\ & & 1 & C_{4.4} \\ & & & 1 \end{pmatrix}$$

Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{pmatrix} PYX_1 \\ PYX_2 \\ PYX_3 \\ PYX_4 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} \\ & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} \\ & & C_{1.3} & C_{1.4} \\ & & & C_{1.4} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{YX1} \\ r_{YX2} \\ r_{YX3} \\ r_{YX4} \end{pmatrix}$$

- e. Hitung  $R^2Y (X_1, X_2, X_3, X_4)$  yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total  $X_1, X_2, X_3, X_4$  terhadap  $Y$  dengan rumus:

$$R^2Y (X_1, \dots, X_4) = [P_{YX1} \dots P_{YX4}] \begin{bmatrix} r_{YX1} \\ \dots \\ r_{YX4} \end{bmatrix}$$

- f. Menguji pengaruh langsung mau pun tidak langsung dari setiap variabel.

**Pengaruh X terhadap Y:**

Pengaruh ( $X_1$ ) terhadap ( $Y$ )	
Pengaruh langsung	= $PYX_1 \cdot PYX_1$
Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_2$ )	= $PYX_1 \cdot r_{X_1X_2} \cdot PYX_2$
Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_3$ )	= $PYX_1 \cdot r_{X_1X_3} \cdot PYX_3$
Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_4$ )	= $PYX_1 \cdot r_{X_1X_4} \cdot PYX_4 +$
Pengaruh total ( $X_1$ ) terhadap ( $Y$ )	= .....



Pengaruh ( $X_2$ ) terhadap (Y)

$$\begin{aligned}
 \text{Pengaruh langsung} &= PYX_2 \cdot PYX_2 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_1) &= PYX_2 \cdot r_{X_2X_1} \cdot PYX_1 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) &= PYX_2 \cdot r_{X_2X_3} \cdot PYX_3 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_4) &= PYX_2 \cdot r_{X_2X_4} \cdot PYX_4 + \\
 \text{Pengaruh total } (X_2) \text{ terhadap } (Y) &= \dots\dots\dots
 \end{aligned}$$

Pengaruh ( $X_3$ ) terhadap (Y)

$$\begin{aligned}
 \text{Pengaruh langsung} &= PYX_3 \cdot PYX_3 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_1) &= PYX_3 \cdot r_{X_3X_1} \cdot PYX_1 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &= PYX_3 \cdot r_{X_3X_2} \cdot PYX_2 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_4) &= PYX_3 \cdot r_{X_3X_4} \cdot PYX_4 + \\
 \text{Pengaruh total } (X_3) \text{ terhadap } Y &= \dots\dots\dots
 \end{aligned}$$

Pengaruh ( $X_4$ ) terhadap (Y)

$$\begin{aligned}
 \text{Pengaruh langsung} &= PYX_4 \cdot PYX_4 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_1) &= PYX_4 \cdot r_{X_4X_1} \cdot PYX_1 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &= PYX_4 \cdot r_{X_4X_2} \cdot PYX_2 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) &= PYX_4 \cdot r_{X_4X_3} \cdot PYX_3 + \\
 \text{Pengaruh total } (X_4) \text{ terhadap } (Y) &= \dots\dots\dots
 \end{aligned}$$

g. Menghitung pengaruh variabel lain ( $\varepsilon$ ) dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{Y\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X_1, X_2, \dots, X_4)}}$$

h. Keputusan penerimaan atau penolakan  $H_0$

Rumusan Hipotesis operasional:

$$H_0: PYX_1 = PYX_2 = PYX_3 = PYX_4 = 0$$

Hi: sekurang-kurangnya ada sebuah  $PPYX_i \neq 0, i = 1, 2, 3, \text{ dan } 4.$

i. Statistik uji yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i}}{k(1 - \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i})}$$

Hasil  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{P_{YX_i} - P_{YX_j}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X_{1.1}, X_{1.2}, \dots, X_{1.4})})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

t mengikuti distribusi t-Student dengan derajat kebebasan n-k-1.

### 3.2.7.3 Rancangan Pengujian Hipotesis

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 \geq 0$  Artinya tidak terdapat pengaruh antara *corporate image* terhadap proses keputusan kuliah.

$H_1 < 0$  Artinya terdapat pengaruh antara *corporate image* terhadap proses keputusan kuliah.

1. Rumus 1 :

Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

2. Rumus 2 :

Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

Selanjutnya untuk mengetahui koefisien korelasi antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $Y$  maka digunakan klasifikasi koefisien korelasi sebagai berikut :

**TABEL 3.7**  
**KLASIFIKASI 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	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2005:214)

Kemudian untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh *corporate image* terhadap keputusan kuliah, digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu dalam tabel. Nilai koefisien penentu berada di antara 0-100%. Jika nilai koefisien penentu makin mendekati 100% berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat. Semakin mendekati 0, berarti semakin lemah pengaruh antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Sehingga dengan demikian dibuat pedoman interpretasi koefisien penentu sebagai berikut :

**TABEL 3.8**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI**  
**KOEFISIEN DETERMINASI**

INTERVAL KOEFISIEN	TINGKAT PENGARUH
0 – 19,99%	Sangat Lemah
20% - 39,99%	Lemah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2005:215)