

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1. Objek Penelitian

Penelitian mengenai analisis *Marketing Public Relations* terhadap Citra Politeknik Pos Indonesia serta dampaknya terhadap Keputusan Studi Mahasiswa (Survei terhadap Mahasiswa Politeknik Pos Indonesia) menggunakan pendekatan manajemen pemasaran.

Variabel independen (X) adalah *Marketing Public Relations*, yang diwakili tiga indikator, yaitu publikasi, acara, dan identitas media. Sedangkan yang menjadi variabel *intervening* (Y), yaitu Citra Politeknik Pos Indonesia, yang diwakili indikator citra kognitif dan citra afektif. Keputusan Studi Mahasiswa sebagai variabel dependen (Z), diwakili oleh empat indikator, meliputi pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran, dan metode pembayaran.

Objek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah para mahasiswa Politeknik Pos Indonesia. Dari objek penelitian di atas, dianalisa mengenai pengaruh *Marketing Public Relations* terhadap Citra Politeknik Pos Indonesia serta dampaknya terhadap Keputusan Studi Mahasiswa.

#### 3.2. Metode Penelitian

Suatu penelitian ilmiah diperlukan adanya metode penelitian. Metode penelitian merupakan suatu cara untuk memperoleh pemecahan terhadap berbagai permasalahan penelitian. Metode diperlukan agar tujuan penelitian dapat tercapai

sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Adapun penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.

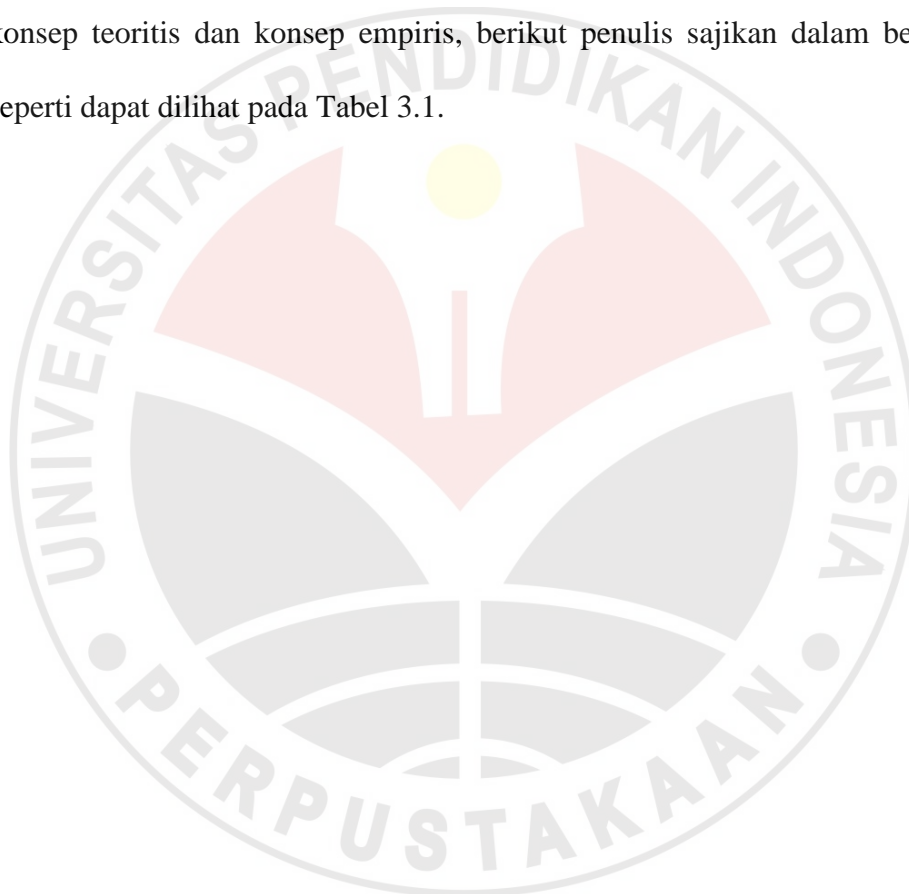
Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2010:11) menjelaskan penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang *Marketing Public Relations*, *Image*, dan Keputusan Pembelian. Penelitian verifikatif bertujuan untuk menguji hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan.

Mengingat jenis penelitian ini terdiri dari deskriptif dan verifikatif dengan melalui data di lapangan, maka metode penelitian yang dilakukan adalah metode survei (*explanatory survey*). Menurut Sugiyono (2010:10) metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel satu dengan variabel yang lain.

### **3.3. Operasionalisasi Variabel**

Penelitian ini membahas tiga variabel yaitu *Marketing Public Relations* sebagai variabel bebas (*Independence Variable*), *Image Perguruan Tinggi* sebagai variabel moderator (*Moderator Variable*), serta Keputusan Studi Mahasiswa sebagai variabel terikat (*Depenence Variable*).

Penulis mendefinisikan istilah-istilah yang termuat dalam judul dengan maksud agar memperjelas makna yang terkandung dalam judul sehingga diharapkan adanya kesamaan dalam landasan berpikir ke arah pembahasan lebih lanjut. Oleh karena itu, untuk memperjelas operasinalisasi variabel ke dalam konsep teoritis dan konsep empiris, berikut penulis sajikan dalam bentuk tabel seperti dapat dilihat pada Tabel 3.1.



**Tabel 3.1.**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Data	Skala
<i>Marketing Public Relations (X)</i>		Proses perencanaan dan pengevaluasian program yang merangsang penjualan dan pelanggan melalui pengkomunikasian informasi yang kredibel dan kesan-kesan yang dapat menghubungkan perusahaan, produk dengan kebutuhan serta perhatian pelanggan  (Kotler & Keller, 2012:551)				
	Publikasi/ <i>Publication (X<sub>1</sub>)</i>	Materi yang diterbitkan perusahaan kepada konsumen yang diantaranya melalui brosur, poster, spanduk, banner, baligo, kalender dll  (Kotler & Keller, 2012:551)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kejelasan dalam penyampaian informasi Poltekpos diantaranya melalui <i>company profile</i>, buletin, poster, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio (X<sub>1.1</sub>)</li> <li>• Kemudahan memperoleh informasi Poltekpos diantaranya melalui <i>company profile</i>, buletin, poster, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio (X<sub>1.2</sub>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kejelasan penyampaian informasi Poltekpos melalui <i>company profile</i>, buletin, poster, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio</li> <li>• Tingkat kemudahan memperoleh informasi Poltekpos melalui <i>company profile</i>, buletin, poster, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio</li> </ul>	Ordinal	Interval

			<b>Lanjutan Indikator Publikasi</b>		Ordinal	Interval
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frekuensi penerbitan informasi Poltekpos diantaranya melalui brosur, poster, spanduk, <i>company prifile</i>, buletin, poster, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio (X<sub>1.3</sub>)</li> <li>• Daya tarik Poltekpos diantaranya melalui <i>company prifile</i>, buletin, poster, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio (X<sub>1.4</sub>)</li> <li>• Mengingat keunggulan Poltekpos melalui brosur, poster, spanduk, <i>company prifile</i>, buletin, poster, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio (X<sub>1.5</sub>)</li> <li>• Kemampuan membentuk <i>image</i> diantaranya melalui <i>company prifile</i>, buletin, poster, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio (X<sub>1.6</sub>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat frekuensi penerbitan melalui <i>company prifile</i>, buletin, poster, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio</li> <li>• Tingkat daya tarik untuk mengenal keunggulan Poltekpos melalui <i>company prifile</i>, buletin, poster, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio</li> <li>• Tingkat ketepatan dan kesesuaian sasaran memengaruhi mahasiswa untuk mengingat keunggulan Poltekpos diantaranya melalui <i>company prifile</i>, buletin, poster, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio</li> <li>• Tingkat kemampuan membentuk <i>image</i> Poltekpos dibenak mahasiswa melalui <i>company prifile</i>, buletin, poster, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio</li> </ul>		

			<p><b>Lanjutan Indikator Publikasi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan media penyampaian Poltekpos diantaranya melalui <i>company profile</i>, buletin, poster, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio (X<sub>1.7</sub>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat ketepatan media penyampaian informasi Poltekpos melalui <i>company profile</i>, buletin, poster, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio</li> </ul>	Ordinal	Interval
	<p>Acara-acara/ <i>Events</i> (X<sub>2</sub>)</p>	<p>Kegiatan <i>Special</i> yang dirancang/diselenggarakan PT seperti seminar dan workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futsal</p> <p>(Kotler dan Keller, 2009:234)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kejelasan penyampaian informasi Poltekpos diantaranya seminar dan workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futtsal (X<sub>2.1</sub>)</li> <li>• Kemudahan memperoleh informasi Poltekpos diantaranya melalui seminar dan workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futtsal (X<sub>2.2</sub>)</li> <li>• Frekuensi pelaksanaan kegiatan diantaranya melalui seminar dan workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futtsal (X<sub>2.3</sub>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kejelasan penyampaian informasi Poltekpos diantaranya melalui seminar dan workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futtsal</li> <li>• Tingkat kemudahan memperoleh informasi Poltekpos diantaranya melalui seminar dan workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futtsal</li> <li>• Tingkat frekuensi pelaksanaan seminar dan workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futtsal</li> </ul>	Ordinal	Interval

			<p><b>Lanjutan Indikator <i>Events</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Daya tarik pada Poltekpos diantaranya melalui seminar dan workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futtsal (<math>X_{2.4}</math>)</li> <li>• Mengingatkan keunggulan Poltekpos diantaranya melalui seminar dan workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futtsal (<math>X_{2.5}</math>)</li> <li>• Kemampuan membentuk <i>image</i> diantaranya melalui seminar dan workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futtsal (<math>X_{2.6}</math>)</li> <li>• Ketepatan media penyampaian Poltekpos diantaranya melalui seminar dan workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futtsal (<math>X_{2.7}</math>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat daya tarik memperkenalkan Poltekpos diantaranya melalui seminar dan workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futtsal</li> <li>• Tingkat ketepatan dan kesesuaian sasaran memengaruhi mahasiswa untuk mengingat keunggulan Poltekpos diantaranya melalui seminar dan workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futtsal</li> <li>• Tingkat kemampuan membentuk <i>image</i> Poltekpos diantaranya melalui seminar dan workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futtsal</li> <li>• Tingkat ketepatan seminar dan workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futtsal dalam memperkenalkan keunggulan Poltekpos kepada mahasiswa</li> </ul>	Ordinal	Interval
--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------	----------

	Media Identitas/ <i>Media Identity</i> ( $X_3$ )	Menciptakan identitas visual melalui logo, simbol, seragam, dan bangunan untuk memperkuat dan mendapatkan perhatian sehingga dikenali  (Kotler dan Keller, 2009:234)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kejelasan media sebagai identitas dalam menginformasikan Politeknik Pos Indonesia diantaranya melalui logo, dan atau simbol, seragam, bangunan (<math>X_{3,1}</math>)</li> <li>• Kemudahan mengingat pesan logo dan atau simbol, seragam, serta bangunan sebagai identitas Politeknik Pos Indonesia (<math>X_{3,2}</math>)</li> <li>• Daya tarik pada Politeknik Pos Indonesia (<math>X_{3,3}</math>)</li> <li>• Kemampuan membentuk <i>image</i> Politeknik Pos Indonesia diantaranya melalui logo, dan atau simbol, seragam, bangunan (<math>X_{3,4}</math>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kejelasan logo, dan atau simbol, seragam serta bangunan sebagai identitas Politeknik Pos Indonesia</li> <li>• Tingkat kemudahan mengingat logo, dan atau simbol, seragam, serta bangunan sebagai identitas Politeknik Pos Indonesia</li> <li>• Tingkat daya tarik memperkenalkan Politeknik Pos Indonesia melalui logo, dan atau simbol, seragam, bangunan</li> <li>• Tingkat kemampuan mengingat <i>image</i> Politeknik Pos Indonesia diantaranya melalui logo, dan atau simbol, seragam, bangunan</li> </ul>	Ordinal	Interval
--	-----------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------	----------



<p><i>Image</i> Perguruan Tinggi (Y)</p>	<p>Kombinasi dari citra yang terintegrasi dari komponen insitusi, yang masing-masing menginterpretasikan dan memiliki penilaian secara emosional berdasarkan informasi yang diterima oleh objek, dimana memiliki hubungan langsung ataupun tidak langsung terhadap perguruan tinggi, lingkungannya atau sistem pendidikan tinggi</p> <p>(Mackelo &amp; Druteikiene, 2010:107)</p>					
	<p>Citra Kognitif (Y<sub>1</sub>)</p>	<p>Perilaku-perilaku yang menekankan aspek intelektual, seperti pengetahuan, pengertian, dan keterampilan berpikir. (Mackelo &amp; Druteikiene, 2010:107)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kelengkapan sarana/kondisi fisik (<i>Condition</i>) Politeknik Pos Inodnesia, seperti gedung pendidikan, Gor, dll (Y<sub>1.1</sub>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kelengkapan sarana/kondisi fisik Politeknik Pos Inodnesia, seperti gedung pendidikan, Gor, dll</li> </ul>	<p>Ordinal</p>	<p>Interval</p>

			<p><b>Lanjutan Indikator Citra Kognitif</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keragaman Program Studi (<i>Courses</i>) yang ditawarkan Politeknik Pos Indonesia (<math>Y_{1,2}</math>)</li> <li>• Suasana akademik (suasana belajar mengajar, keakraban dosen dengan mahasiswa, dll) (<i>Atmosphere</i>) di Politeknik Pos Indonesia (<math>Y_{1,3}</math>)</li> <li>• Kompetensi Staf Pengajar (<i>Teaching Staff</i>) yang dimiliki Politeknik Pos Indonesia (<math>Y_{1,4}</math>)</li> <li>• Biaya Studi (<i>Price</i>) yang harus dikeluarkan selama studi di Politeknik Pos Indonesia (<math>Y_{1,5}</math>)</li> <li>• Kualitas pembelajaran (<i>Quality of Education</i>) di Politeknik Pos Indonesia (<math>Y_{1,6}</math>)</li> <li>• Persaingan masuk ke Politeknik Pos Indonesia (<i>Requirement Level</i>) (<math>Y_{1,7}</math>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keragaman Program studi yang ditawarkan Politeknik Pos Indonesia</li> <li>• Tingkat kenyamanan Suasana akademik (suasana belajar mengajar, keakraban dosen dengan mahasiswa, dll) (<i>Atmosphere</i>) di Politeknik Pos Indonesia</li> <li>• Kehandalan yang dimiliki Politeknik Pos Indonesia</li> <li>• Tingkat keterjangkauan Biaya studi yang harus dikeluarkan selama studi di Politeknik Pos Indonesia</li> <li>• Tingkat Kualitas pembelajaran (<i>Quality of Education</i>) di Politeknik Pos Indonesia</li> <li>• Tingkat persaingan masuk ke Politeknik Pos Indonesia</li> </ul>	Ordinal	Interval
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------	----------

			<p><b>Lanjutan Indikator Citra Kognitif</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hubungan dengan Masyarakat (<i>Distance between University and Society</i>) (Y<sub>1.8</sub>)</li> <li>• Politeknik Pos Indonesia merupakan Perguruan Tinggi yang cukup dikenal (<i>Popularity</i>) (Y<sub>1.9</sub>)</li> <li>• Politeknik Pos Indonesia merupakan Perguruan Tinggi yang cukup elit (<i>Elite</i>) (Y<sub>1.10</sub>)</li> <li>• Politeknik Pos Indonesia dikenal sebagai Perguruan Tinggi yang inovatif (<i>Innovativeness</i>) (Y<sub>1.11</sub>)</li> <li>• Kuliah di Politeknik Pos Indonesia meningkatkan prestise (<i>Prestige</i>) (Y<sub>1.12</sub>)</li> <li>• Politeknik Pos Indonesia memiliki Reputasi yang baik (<i>Reputation</i>) (Y<sub>1.13</sub>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat persetujuan keterlibatan Politeknik Pos Indonesia dalam kegiatan Masyarakat</li> <li>• Tingkat persetujuan bahwa Politeknik Pos Indonesia merupakan Perguruan Tinggi yang cukup dikenal</li> <li>• Tingkat persetujuan bahwa Politeknik Pos Indonesia merupakan Perguruan Tinggi yang cukup elit (<i>Elite</i>)</li> <li>• Tingkat persetujuan bahwa Politeknik Pos Indonesia dikenal sebagai Perguruan Tinggi yang inovatif (<i>Innovativeness</i>)</li> <li>• Tingkat persetujuan bahwa Kuliah di Politeknik Pos Indonesia meningkatkan prestise (<i>Prestige</i>)</li> <li>• Tingkat persetujuan bahwa Politeknik Pos Indonesia memiliki reputasi yang baik</li> </ul>	Ordinal	Interval
--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------	----------

	Citra Afektif ( $Y_2$ )	Merupakan perilaku-perilaku yang menekankan aspek perasaan dan emosi, seperti minat, sikap, apresiasi, dan cara penyesuaian diri.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suasana Akademik (suasana belajar mengajar, keakraban dosen dengan mahasiswa, dll) di Politeknik Pos Indonesia menyenangkan (<i>Unpleasant/Pleasant</i>) (<math>Y_{2.1}</math>)</li> <li>• Lingkungan kampus di Politeknik Pos Indonesia Memotivasi (<i>Boring/Motivating</i>) (<math>Y_{2.2}</math>)</li> <li>• Proses belajar mengajar di Politeknik Pos Indonesia sangat relaks (<i>Tense/free</i>) (<math>Y_{2.3}</math>)</li> <li>• Suasana kehidupan kampus (interaksi sosial antara mahasiswa) menyenangkan (<i>Gloomy/Fun</i>) (<math>Y_{2.4}</math>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat persetujuan bahwa Suasana Akademik (suasana belajar mengajar, keakraban dosen dengan mahasiswa, dll) di Politeknik Pos Indonesia menyenangkan</li> <li>• Tingkat persetujuan bawa Lingkungan kampus di Politeknik Pos Indonesia memotivasi</li> <li>• Tingkat persetujuan bahwa Proses belajar mengajar di Politeknik Pos Indonesia sangat relaks</li> <li>• Tingkat persetujuan bahwa Suasana kehidupan kampus (interaksi sosial antara mahasiswa) menyenangkan</li> </ul>	Ordinal	Interval
Keputusan Studi ( $Z$ )						
	Pilihan Produk ( $Z_1$ )	Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain.  (Kotler dan Keller, 2009:185)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Politeknik Pos indonesia merupakan pendidikan vokasi yang menyiapkan lulusannya siap kerja (<math>Pr_1</math>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat Persetujuan bahwa Politeknik Pos indonesia merupakan pendidikan vokasi yang menyiapkan lulusannya siap kerja</li> </ul>	Ordinal	Interval

			<p><b>Lanjutan Indikator Pilihan Produk</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Politeknik Pos Indonesia memiliki hubungan dengan banyak industri untuk magang dan penyerapan tenaga kerja (<math>Z_{1,2}</math>)</li> <li>• Politeknik Pos Indonesia memberikan kesempatan kepada mahasiswanya untuk dapat bekerja melalui program magang di perusahaan nasional dan internasional yang terkemuka (<math>Z_{1,3}</math>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat persetujuan bahwa Politeknik Pos Indonesia memiliki hubungan dengan banyak industri untuk magang dan penyerapan tenaga kerja</li> <li>• Tingkat persetujuan bahwa Politeknik Pos Indonesia memberikan kesempatan kepada mahasiswanya untuk dapat bekerja melalui program magang di perusahaan nasional dan internasional yang terkemuka</li> </ul>	Ordinal	Interval
	Pemilihan Merek ( $Z_2$ )	<p>Konsumen dapat mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli.</p> <p>(Kotler dan Keller, 2009:185)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Politeknik Pos Indonesia memiliki keunikan dan fokus pada bidang logistik dan rantai pasok/<i>supply chain management</i> (<math>Z_{2,1}</math>)</li> <li>• Politeknik Pos Indonesia karena memiliki hubungan dengan PT Pos Indonesia (<math>Z_{2,2}</math>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat Persetujuan bahwa Politeknik Pos Indonesia memiliki keunikan dan fokus pada bidang logistik dan rantai pasok/<i>supply chain management</i></li> <li>• Tingkat persetujuan bahwa Politeknik Pos Indonesia karena memiliki hubungan dengan PT Pos Indonesia</li> </ul>	Ordinal	Interval

	Pemilihan Saluran Pembelian (Z <sub>3</sub> )	Konsumen harus mengambil keputusan dimana suatu produk akan dibeli. (Kotler dan Keller, 2009:185)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi Politeknik Pos Indonesia strategis (Z<sub>3,1</sub>)</li> <li>• Pendaftaran Politeknik Pos Indonesia dapat dilakukan melalui jalur PMDK (Prestasi akademik dan Olahraga) (Z<sub>3,1</sub>)</li> <li>• Mendaftar ke Politeknik Pos Indonesia dapat dilkauan di seluruh cabang Kantor Pos Indonesia (Z<sub>3,1</sub>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat persetujuan bahwa Lokasi Politeknik Pos Indonesia strategis</li> <li>• Tingkat persetujuan bahwa Pendaftaran Politeknik Pos Indonesia dapat dilakukan melalui jalur PMDK (Prestasi akademik dan Olahraga)</li> <li>• Tingkat persetujuan bahwa Mendaftar ke Politeknik Pos Indonesia dapat dilkauan di seluruh cabang Kantor Pos Indonesia</li> </ul>	Ordinal	Interval
	Metode Pembayaran (Z <sub>4</sub> )	Konsumen harus mengambil keputusan tentang metode atau cara pembayaran produk yang dibeli, apakah secara tunai atau dengan cicilan.  (Kotler dan Keller, 2009:185)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembayaran biaya studi di Politeknik Pos Indonesia dapat dilakukan secara tunai maupun menyicil (Z<sub>4,1</sub>)</li> <li>• Politeknik Pos Indonesia memiliki keluasan alternatif tempat pembayaran uang kuliah (Z<sub>4,2</sub>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	Ordinal	Interval

### 3.4. Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian adalah sumber dimana data yang diperlukan untuk penelitian dapat diperoleh, baik secara langsung yang berhubungan dengan objek penelitian maupun data yang diperoleh secara tidak langsung berhubungan dengan objek penelitian. Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2010:193) bahwa:

Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Adapun sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

No.	Data	Jenis	Sumber
1.	Tanggapan responden mengenai <i>Marketing Public Relations</i> Politeknik Pos Indonesia	Primer	Mahasiswa Politeknik Pos Indonesia
2.	Tanggapan responden mengenai citra Politeknik Pos Indonesia	Primer	Mahasiswa Politeknik Pos Indonesia
3.	Tanggapan responden mengenai keputusan studi	Primer	Mahasiswa Politeknik Pos Indonesia
4.	Data jumlah mahasiswa di Politeknik Pos Indonesia	Sekunder	SPMA Politeknik Pos Indonesia
5.	Visi dan Misi Politeknik Pos Indonesia	Sekunder	Renstra Politeknik Pos Indonesia

### 3.5. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

#### 3.5.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:115).

**Senny Handayani Suarsa, 2012**

Analisis Marketing Public Relations Terhadap Citra Politeknik POS Indonesia Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Studi Mahasiswa  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Berdasarkan pendapat tersebut, dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh mahasiswa tingkat satu (angkatan 2011) Politeknik Pos Indonesia yang berasal dari lima program studi, yaitu sebanyak 447 orang mahasiswa.

Jadi sebagai unit analisis penelitian ini adalah Politeknik Pos Indonesia sedangkan mahasiswa tingkat satu (angkatan 2011) Politeknik Pos Indonesia menjadi unit pengamatan (responden).

Dipilih mahasiswa tingkat satu dikarenakan mereka masih *fresh* atau diharapkan mereka masih mengingat dalam proses keputusan mereka untuk memilih Politeknik Pos Indonesia sebagai tempat mereka studi. Jika tingkat dua atau tingkat tiga yang dijadikan responden, peneliti menganggap bahwa tingkat *error* dan bias-nya akan semakin tinggi dengan pertimbangan bahwa proses keputusan mereka untuk melakukan studi di Politeknik Pos Indonesia sudah berjalan terlalu lama sehingga kemungkinan mereka masih mengingat proses tersebut semakin kecil.

### 3.5.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2010:116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).



Untuk menghitung jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, digunakan rumus yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael, sebagai berikut:

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

$\lambda^2$  dengan dk=1, taraf kesalahan bisa 1%, 5%, 10%

P = Q = proporsi dalam populasi = 0,5

d = ketelitian/derajat ketetapan = 0,05

N = jumlah populasi

S = jumlah sampel

Berdasarkan tabel Isaac dan Michael, untuk populasi 447 orang mahasiswa dengan taraf kesalahan 5%, jumlah sampelnya adalah 198 orang  $\approx$  200 orang responden.

### 3.5.3. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2010:116). Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, digunakan teknik *Probability Sampling* dan secara khusus menggunakan *Simple Random Sampling*. Menurut Sugiyono (2010:118), *Probabillity Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan

*Simple Random Sampling* merupakan teknik untuk menentukan jumlah sampel secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

### 3.6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Sugiyono (2010:398) mengemukakan bahwa terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Dalam penelitian kuantitatif, kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen serta kualitas pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Instrumen dalam penelitian kuantitatif dapat berupa pedoman wawancara, pedoman observasi, dan kuesioner.

#### 3.6.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2010:172) Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sekaran (Kusnendi, 2008:94) mengatakan bahwa:

Dalam praktik penelitian, dari sekian metode yang ada pada umumnya para peneliti biasa menggunakan korelasi item-total (*item-total correlation*) dan atau korelasi item-total dikoreksi (*corrected item-total correlation*) sebagai statistik uji validitas. Sedang pengujian reliabilitas, para peneliti biasa menggunakan koefisien alpha cronbach.

Penelitian ini menggunakan korelasi item-total dikoreksi (*corrected item-total correlation*) sebagai statistik uji validitas karena jumlah item yang diuji relatif kecil, dimana untuk variabel X, Y, dan Z, jumlah item yang diuji masing-

masing sejumlah 18, 17, dan 10 item. Hal ini berdasarkan pernyataan Saifuddin Azwar (Kusnendi, 2008:95) bahwa koefisien korelasi item total dikoreksi digunakan jika jumlah item yang diuji relatif kecil, yaitu kurang dari 30.

Dalam penelitian ini dipergunakan perhitungan validitas item dengan bantuan Program SPSS 16.0. Adapun perhitungan yang dipergunakan adalah dengan menggunakan Korelasi Product Moment, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

Dimana:

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikorelasikan

X = Skor untuk pernyataan yang dipilih

Y = Skor total

n = Jumlah responden

Selanjutnya Saifuddin Azwar (Kusnendi, 2008:96) mengemukakan bahwa untuk menentukan item mana yang memiliki validitas yang memadai, para ahli menetapkan patokan besaran koefisien korelasi item total dikoreksi sebesar 0,25 atau 0,30 sebagai batas minimal valid tidaknya sebuah item.

**TABEL 3.3.**  
**HASIL UJI VALIDITAS**  
**VARIABEL *MARKETING PUBLIC RELATIONS***

No.	Pernyataan	Validitas	Koefisien Korelasi Item Total Dikoreksi	Ket
1.	Kejelasan Informasi Politeknik Pos Indonesia yang disampaikan melalui poster, <i>company profile</i> , buletin, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio (P <sub>1</sub> )	0,426	0,25	Valid
2.	Kemudahan Informasi Politeknik Pos Indonesia yang disampaikan melalui <i>company profile</i> , buletin, poster, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio (P <sub>2</sub> )	0,480	0,25	Valid
3.	Frekuensi penerbitan informasi Politeknik Pos Indonesia yang disampaikan melalui <i>company profile</i> , buletin, poster, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio (P <sub>3</sub> )	0,498	0,25	Valid
4.	Daya tarik keunggulan Politeknik Pos Indonesia yang disampaikan melalui <i>company profile</i> , buletin, poster, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio (P <sub>4</sub> )	0,613	0,25	Valid
5.	Ketepatan Informasi Politeknik Pos Indonesia yang disampaikan melalui poster, <i>company profile</i> , buletin, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio (P <sub>5</sub> )	0,454	0,25	Valid
6.	Kemampuan Informasi Politeknik Pos Indonesia yang disampaikan melalui poster, <i>company profile</i> , buletin, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio memberikan <i>image/citra</i> yang positif terhadap Politeknik Pos Indonesia (P <sub>6</sub> )	0,506	0,25	Valid

Lanjutan Tabel 3.3.

7.	Ketepatan Media penyampaian Informasi Politeknik Pos Indonesia yang disampaikan melalui poster, <i>company profile</i> , buletin, spanduk, banner, baligo, kalender, koran, dan radio (P <sub>7</sub> )	0,432	0,25	Valid
8.	Kejelasan Informasi Politeknik Pos Indonesia yang disampaikan melalui kegiatan seminar, workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futsal (E <sub>1</sub> )	0,528	0,25	Valid
9.	Kemudahan Informasi Politeknik Pos Indonesia yang disampaikan melalui kegiatan seminar, workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futsal (E <sub>2</sub> )	0,780	0,25	Valid
10.	Frekuensi pelaksanaan kegiatan seminar, workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futsal (E <sub>3</sub> )	0,691	0,25	Valid
11.	Daya tarik Keunggulan Politeknik Pos Indonesia yang disampaikan melalui kegiatan seminar, workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futsal (E <sub>4</sub> )	0,630	0,25	Valid
12.	Ketepatan Informasi Politeknik Pos Indonesia yang disampaikan melalui kegiatan seminar, workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futsal (E <sub>5</sub> )	0,490	0,25	Valid
13.	Kemampuan Informasi Politeknik Pos Indonesia yang disampaikan melalui kegiatan seminar, workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futsal memberikan <i>image/citra</i> yang positif terhadap Politeknik Pos Indonesia (E <sub>6</sub> )	0,727	0,25	Valid
14.	Ketepatan Media Informasi Politeknik Pos Indonesia yang disampaikan melalui kegiatan seminar, workshop, pameran, pelatihan guru-guru, dan kompetisi futsal (E <sub>7</sub> )	0,367	0,25	Valid

Lanjutan Tabel 3.3.

15.	Kejelasan Logo Politeknik Pos Indonesia dan seragam mahasiswa menunjukkan identitas Politeknik Pos Indonesia di masyarakat (IM <sub>1</sub> )	0,557	0,25	Valid
16.	Logo Politeknik Pos Indonesia dan seragam mahasiswa Politeknik Pos Indonesia mudah untuk diingat (IM <sub>2</sub> )	0,357	0,25	Valid
17.	Daya tarik Logo Politeknik Pos Indonesia dan seragam mahasiswa Politeknik Pos Indonesia sebagai Perguruan Tinggi terkemuka (IM <sub>4</sub> )	0,305	0,25	Valid
18.	Kemampuan Logo Politeknik Pos Indonesia dan seragam mahasiswa Politeknik Pos Indonesia mengingatkan <i>image/citra</i> Politeknik Pos Indonesia (IM <sub>6</sub> )	0,323	0,25	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan Tabel 3.3. di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang mengukur variabel *Marketing Public Relations* dinyatakan valid.

**TABEL 3.4.**  
**HASIL UJI VALIDITAS**  
**VARIABEL CITRA PERGURUAN TINGGI**

No.	Pernyataan	Validitas	Korelasi Item Total Dikoreksi	Ket
1.	Kelengkapan Sarana (Gedung pendidikan, Gor, dll) dan prasarana (Perpustakaan, Laboratorium, Internet, dll) yang ada di Politeknik Pos Indonesia (CK <sub>1</sub> )	0,419	0,25	Valid

Lanjutan Tabel 3.4

2.	Keragaman Program studi yang ada di Politeknik Pos Indonesia (CK <sub>2</sub> )	0,481	0,25	Valid
3.	Suasana Akademik (suasana belajar mengajar, keakraban dosen dengan mahasiswa, dll) di Politeknik Pos Indonesia (CK <sub>3</sub> )	0,353	0,25	Valid
4.	Kompetensi dosen yang dimiliki Politeknik Pos Indonesia (CK <sub>4</sub> )	0,337	0,25	Valid
5.	Biaya studi yang harus dikeluarkan selama studi di Politeknik Pos Indonesia (CK <sub>5</sub> )	0,266	0,25	Valid
6.	Kualitas Pembelajaran di Politeknik Pos Indonesia (CK <sub>6</sub> )	0,500	0,25	Valid
7.	Persaingan masuk ke Politeknik Pos Indonesia (CK <sub>8</sub> )	0,597	0,25	Valid
8.	Politeknik Pos Indonesia sering terlibat dengan kegiatan yang hubungan dengan Masyarakat (CK <sub>10</sub> )	0,429	0,25	Valid
9.	Politeknik Pos Indonesia merupakan Perguruan Tinggi yang cukup dikenal (CK <sub>12</sub> )	0,368	0,25	Valid
10.	Politeknik Pos Indonesia merupakan Perguruan Tinggi yang cukup elit (CK <sub>13</sub> )	0,485	0,25	Valid
11.	Politeknik Pos Indonesia dikenal sebagai Perguruan Tinggi yang inovatif (CK <sub>15</sub> )	0,656	0,25	Valid
12.	Kuliah di Politeknik Pos Indonesia meningkatkan prestise (CK <sub>16</sub> )	0,675	0,25	Valid
13.	Politeknik Pos Indonesia memiliki Reputasi yang baik (CK <sub>17</sub> )	0,404	0,25	Valid
14.	Suasana Akademik (suasana belajar mengajar, keakraban dosen dengan mahasiswa, dll) di Politeknik Pos Indonesia (CA <sub>1</sub> )	0,357	0,25	Valid

Lanjutan Tabel 3.4.

15.	Lingkungan kampus di Politeknik Pos Indonesia (CA <sub>2</sub> )	0,413	0,25	Valid
16.	Proses belajar mengajar di Politeknik Pos Indonesia (CA <sub>3</sub> )	0,515	0,25	Valid
17.	Suasana kehidupan kampus (interaksi sosial antara mahasiswa) (CA <sub>4</sub> )	0,283	0,25	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan Tabel 3.4. di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang mengukur variabel Citra Perguruan Tinggi dinyatakan valid.

**TABEL 3.5.**  
**HASIL UJI VALIDITAS**  
**VARIABEL KEPUTUSAN STUDI**

No.	Pernyataan	Validitas	Korelasi Item Total Dikoreksi	Ket
1.	Saya memilih kuliah di Politeknik Pos Indonesia karena merupakan pendidikan vokasi yang menyiapkan lulusannya siap kerja (Pr <sub>1</sub> )	0,438	0,25	Valid
2.	Saya memilih Politeknik Pos Indonesia karena memiliki hubungan dengan banyak industri untuk magang dan penyerapan tenaga kerja (Pr <sub>2</sub> )	0,615	0,25	Valid
3.	Saya memilih Politeknik Pos Indonesia karena memberikan kesempatan kepada mahasiswanya untuk dapat bekerja melalui program magang di perusahaan nasional dan internasional yang terkemuka (Pr <sub>3</sub> )	0,366	0,25	Valid
4.	Saya memilih Politeknik Pos Indonesia karena memiliki keunikan dan fokus pada bidang logistik dan rantai pasok/ <i>supply chain management</i> (M <sub>1</sub> )	0,265	0,25	Valid

Senny Handayani Suarsa, 2012

Analisis Marketing Public Relations Terhadap Citra Politeknik POS Indonesia Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Studi Mahasiswa

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu



Lanjutan Tabel 3.5.

5.	Saya memilih Politeknik Pos Indonesia karena memiliki hubungan dengan PT Pos Indonesia (M <sub>2</sub> )	0,516	0,25	Valid
6.	Saya memilih Politeknik Pos Indonesia karena lokasinya yang strategis (D <sub>1</sub> )	0,361	0,25	Valid
7.	Saya memilih Politeknik Pos Indonesia karena dapat mendaftar di sekolah melalui jalur PMDK (Prestasi akademik dan Olahraga) (D <sub>2</sub> )	0,362	0,25	Valid
8.	Saya memilih Politeknik Pos Indonesia karena dapat mendaftar di seluruh cabang Kantor Pos Indonesia (D <sub>3</sub> )	0,573	0,25	Valid
9.	Saya memilih Politeknik Pos Indonesia karena pembayaran biaya studinya dapat dilakukan secara tunai maupun menyicil (Py <sub>1</sub> )	0,594	0,25	Valid
10.	Saya memilih Politeknik Pos Indonesia karena memiliki keluasaan alternatif tempat pembayaran uang kuliah (Py <sub>2</sub> )	0,378	0,25	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan data

Berdasarkan Tabel 3.5. di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang mengukur variabel Keputusan Studi dinyatakan valid.

### 3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk melihat konsistensi responden dalam menjawab semua butir pernyataan. Dalam penelitian ini, peneliti mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji  $\alpha$ -Cronbach dengan rumus:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum V_i}{V_i} \right)$$

Sumber: Guilford (1954) dalam Soedibjo(2004:69).

Senny Handayani Suarsa, 2012

Analisis Marketing Public Relations Terhadap Citra Politeknik POS Indonesia Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Studi Mahasiswa

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Dimana:

$k$  = Jumlah Variabel

$V_i$  = Varians dari item ke- $i$

$V_t$  = Varians dari jumlah keseluruhan butir

Menurut Sekaran (2003) dalam Soedibjo (2004:71), kriteria penilaian terhadap koefisien  $\alpha$ -Cronbach adalah jika koefisien  $\alpha$  kurang dari 0.6 maka instrumen dikatakan kurang reliabel, jika diantara 0.6 dan 0.8 dikatakan cukup reliabel, sedangkan jika  $\alpha$  lebih besar dari 0.8 maka instrumen dikatakan sangat reliabel.

Tidak semua penelitian wajib menggunakan uji reliabilitas dan validitas, tergantung dari jenis data yang akan dianalisisnya. Dikarenakan dalam penelitian ini jenis data yang akan diteliti bersifat kuantitatif (pendapat responden), sehingga penelitian ini wajib menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

**TABEL 3.6.**  
**UJI RELIABILITAS VARIABEL**

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien Alpha Cronbach	Keterangan
1.	<i>Marketing Public Relations</i> (X)	0,882	0,70	Reliabel
2.	Citra Perguruan Tinggi (Y)	0,838	0,70	Reliabel
3.	Keputusan Studi (Z)	0,774	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa semua variabel reliabel dan dapat di lanjutkan pada pengolahan data selanjutnya.

### 3.7. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara (Sugiyono, 2010:401). Berdasarkan *settingnya*, data pada penelitian ini dikumpulkan di Politeknik Pos Indonesia. Sedangkan berdasarkan sumbernya, pengumpulan data penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sedangkan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Selanjutnya apabila dilihat dari cara atau tekniknya, pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan angket, observasi, wawancara, dokumentasi, serta gabungan/triangulasi.

### 3.8. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini digunakan analisis jalur untuk menguji hipoteses penelitian. Analisis jalur adalah metode analisis data multivariat dependensi yang digunakan untuk menguji hipotesis hubungan asimetris yang dibangun atas dasar kajian teori tertentu, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung seperangkat variabel penyebab terhadap variabel akibat yang dapat diobservasi secara langsung (Kusnendi, 2007:147). Adapun karakteristik *Path Analysis* adalah sebagai berikut:

**TABEL 3.7**  
**KARAKTERISTIK MODEL *PATH ANALYSIS***

Penjelasan	Karakteristik
Variabel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eksogen (X)</li> <li>• Endogen (Y)</li> <li>• Intervening (bila ada)</li> </ul>
Kegunaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penjelasan.</li> <li>2. Prediksi kualitatif.</li> <li>3. Faktor determinan.</li> <li>4. Penelusuran mekanisme (lintasan) pengaruh.</li> <li>5. Pengujian model, menggunakan teori <i>triming</i>, baik untuk uji keajegan konsep yang sudah ada ataupun uji pengembangan konsep baru.</li> </ol>
Hubungan yang dianalisis	Tunggal atau ganda
Jenis data yang dianalisis	Minimal skala interval dan data dinyatakan dalam satuan baku atau z score.
Asumsi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hubungan antarvariabel adalah bersifat linier, adaktif, dan normal.</li> <li>2. Sistem aliran kausal ke satu arah.</li> <li>3. Variabel terikat (endogen) minimal dalam skala ukur interval dan ratio.</li> <li>4. Menggunakan sampel <i>probability sampling</i>, yaitu teknik pengambilan sampel untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.</li> <li>5. <i>Observed variable</i> diukur tanpa kesalahan (instrumen pengukuran valid dan <i>reliable</i>).</li> <li>6. Model yang dianalisis dispesifikasikan (diidentifikasi) dengan benar berdasarkan teori-teori dan konsep-konsep yang relevan, artinya model teori yang dikaji atau diuji dibangun berdasarkan kerangka teoritis tertentu yang mampu menjelaskan hubungan kausalitas antarvariabel yang diteliti.</li> </ol>

Sumber: Dimodifikasi dari Riduwan dan Kuncoro, 2011:8

Riduwan dan Kuncoro (2011:116-118) mengungkapkan langkah-langkah menguji *Path Analysis* sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis dan persamaan struktural.
2. Menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi
  - a. Gambarkan diagram jalur lengkap, tentukan sub-sub strukturnya dan rumuskan persamaan strukturalnya sesuai hipotesis yang diajukan.
  - b. Menghitung koefisien korelasi dan regresi untuk struktur yang telah dirumuskan. Hitung koefisien regresi untuk struktur yang telah dirumuskan.
3. Menghitung koefisien jalur secara simultan (keseluruhan). Uji secara keseluruhan hipotesis statistik.
  - a. Kaidah pengujian signifikansi secara manual menggunakan Tabel F:

$$F = \frac{(n-k-1)R_{yx_k}^2}{k(1-R_{yx_k}^2)}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel eksogen

$$R_{yx_k}^2 = R_{Square}$$

Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka tolak  $H_0$ , artinya signifikan

Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka terima  $H_0$ , artinya tidak signifikan

Dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05

Carilah nilai  $F_{tabel}$  menggunakan Tabel F dengan rumus:

$$F_{tabel} = F_{\{(1-\alpha)(dk=k),(dk=n-k-1)\}} \text{ atau } F_{\{(1-\alpha)(v1=k),(v2=n-k-1)\}}$$

Cara mencari  $F_{tabel}$  : nilai ( $dk = k$ ) atau  $v1$  disebut nilai pembilang

nilai ( $d = n - k - 1$ ) atau  $v2$  disebut nilai penyebut

b. Kaidah pengujian signifikansi dengan program SPSS

- Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig atau  $[0,05 \leq Sig]$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak signifikan.
- Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig atau  $[0,05 \geq Sig]$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya signifikan.

4. Menghitung koefisien jalur secara individu. Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi hipotesis statistik. Secara individu uji statistik yang digunakan adalah uji t yang dihitung dengan rumus (Schumacker & Lomax, 1996:44. Kusnendi, 2005:12):

$$t_k = \frac{\rho_k}{se_{\rho_k}}; (dk = n - k - 1)$$

Keterangan:

Statistik  $se_{\rho_{x1}}$  diperoleh dari hasil komputasi pada SPSS untuk analisis regresi setelah data ordinal ditransformasi ke data interval. Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi analisis jalur, bandingkan antara nilai probabilitas 0,05 dengan nilai probabilitas Sig dengan dasar pengambilan keputusan:

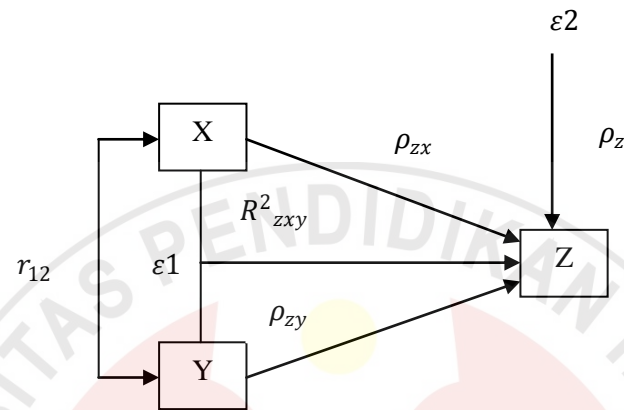
- a. Nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig atau  $[0,05 \leq Sig]$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak signifikan.
- b. Nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig atau  $[0,05 \geq Sig]$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya signifikan.

5. Meringkas dan menyimpulkan.

**Senny Handayani Suarsa, 2012**

Analisis Marketing Public Relations Terhadap Citra Politeknik POS Indonesia Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Studi Mahasiswa  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Untuk itu, struktur hubungan variabel X, Y dan Z, dapat dilihat pada Gambar 3.1. di bawah ini.



**GAMBAR 3.1**  
**HUBUNGAN STRUKTUR X DAN Y TERHADAP Z**

Dengan begitu, Persamaan strukturalnya dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \rho_{zx}x + \rho_{zy}y + \rho_z\epsilon$$