

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh bauran pemasaran jasa pendidikan terhadap nilai yang diterima oleh mahasiswa. Adapun responden yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas adalah bauran pemasaran jasa pendidikan (X) dan yang menjadi variabel terikat adalah nilai pelanggan (Y). Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa akademi keperawatan Aisyiyah Bandung angkatan tahun 2006-2008. Alasan penentuan objek penelitian karena mahasiswalah yang merasakan kinerja dari bauran pemasaran jasa pendidikan dan nilai yang diterima oleh mahasiswa di Akper Aisyiyah.

3.2. Metode dan Desain Penelitian

3.2.1. Metode Penelitian

Penelitian ilmiah adalah merupakan suatu rangkaian proses penelitian terhadap suatu fenomena objek yang diteliti secara sistematis yang dapat memecahkan masalah dari fenomena tersebut, dengan menggunakan suatu metode penelitian. Untuk mempermudah langkah – langkah penelitian, digunakan metode penelitian seperti yang diungkapkan oleh Mohamad Nazir (2003:44) bahwa “Dengan

memilih metode penelitian, maka peneliti akan mendapatkan panduan tentang urutan-urutan bagaimana penelitian dilakukan”.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada tiga hal. Pertama berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, kedua berdasarkan jenis penelitian, dan ketiga, berdasarkan kurun waktu penelitian. Berdasarkan variabel yang diteliti, maka jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan verifikatif. Mohammad Nazir (2003:54) mengemukakan bahwa “Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki”.

Menurut Malhotra (2005:93), “Penelitian deskriptif adalah suatu jenis riset konklusi yang mempunyai tujuan utama menguraikan sesuatu, biasanya karakteristik atau fungsi pasar”. Melalui penelitian deskriptif ini maka akan diperoleh persepsi mahasiswa mengenai bauran pemasaran jasa pendidikan Akademi Keperawatan Aisyiyah Bandung dan nilai yang diterima oleh mahasiswa Akademi Keperawatan Aisyiyah Bandung.

Penelitian verifikatif adalah penelitian yang menguji hipotesis dengan cara mengumpulkan data dari lapangan. Melalui penelitian ini akan diuji apakah bauran pemasaran jasa pendidikan berpengaruh terhadap nilai yang diterima oleh mahasiswa Akademi Keperawatan Aisyiyah Bandung.

Berdasarkan jenis penelitian yakni deskriptif dan verifikatif yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *explanatory survey*. Menurut Malhotra (2005:196), “Metode survey adalah kuesioner yang tersruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik”.

Berdasarkan kurun waktu penelitian, yakni dari bulan Agustus 2008 hingga Januari 2009 metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cross sectional method*, Menurut Malhotra (2005 :95), “*cross sectional method* adalah jenis rancangan riset yang terdiri dari pengumpulan informasi mengenai sampel tertentu dari elemen populasi hanya satu kali”. Sementara untuk tempat penelitian dilakukan di kampus Akper Aisyiyah Bandung di Jl. Banteng Dalam No. 6 Bandung.

3.2.2 Desain Penelitian

Berdasarkan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, maka disusun desain penelitian. Suharsimi Arikunto (2002:51) mengemukakan bahwa “Desain penelitian adalah rencana atau rancangan yang dibuat oleh peneliti, sebagai rancangan kegiatan yang akan dilaksanakan”.

Istijanto (2005:29) mengemukakan bahwa desain riset dibagi menjadi tiga macam. Pertama, riset eksplanatori yaitu desain riset yang digunakan untuk mengetahui permasalahan dasar. Kedua, riset deskriptif yaitu desain riset yang digunakan untuk menggambarkan sesuatu, dan ketiga, riset kausal yaitu untuk

menguji hubungan sebab akibat. Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka desain yang digunakan adalah riset kausal, karena akan membuktikan hubungan sebab akibat. Hal tersebut senada dengan pendapat Malhotra (2005:100), bahwa “Desain kausalitas tujuan utamanya adalah mendapatkan bukti mengenai hubungan sebab akibat”.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dipelajari dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran jasa pendidikan sebagai variabel bebas (X) dan yang menjadi variabel terikat (Y) adalah nilai yang diterima oleh mahasiswa.

Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala diferensial semantik dengan nilai interval satu sampai tujuh.

Menurut Malhotra (2005:300):

Skala diferensial Semantik adalah skala pemeringkatan tujuh poin dengan poin ujung terkait dengan label dua kutub yang mempunyai makna semantik. Kemampuan skala diferensial Semantik untuk digunakan dalam segala hal menjadikannya skala pemeringkatan yang paling populer dalam riset pemasaran. Skala ini telah digunakan secara luas dalam mengkaji merek, produk, dan image perusahaan. Skala ini juga digunakan untuk mengembangkan strategi advertensi dan promosi serta dalam studi pengembangan produk baru.

Data yang diperoleh dari skala diferensial sematik, adalah data interval.

Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2002 :100):

Penilaian dengan skala Semantik bisa lebih mendalam daripada bila menggunakan skala Likert, sebab skor dari skala Semantik dianggap mempunyai tingkat pengukuran interval sehingga boleh dihitung rata-rata dan simpangan bakunya.

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini diperlihatkan pada Tabel 3.1.



Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. item
1	2	3	4	5	6
Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan (variabel x)	Merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus – menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Program</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat daya tarik program studi di AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A1
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat variasi pilihan program studi seperti : Kep. Kardiovaskuler, Kep. Jiwa, Kep. Umum dsb di AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A2
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Price</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keterjangkaun biaya kuliah di AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A3
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keringan dalam pembayaran biaya kuliah di AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A4
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat variasi metode pembayaran di AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A5
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Place</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kestrategisan lokasi kampus AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A6
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan akses menuju lokasi kampus AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A7
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Promotion</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat daya tarik program promosi yang dilakukan AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A8
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keragaman media promosi AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A9
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketepatan media promosi AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A10

Lanjutan Tabel 3.1Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. item
1	2	3	4	5	6
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Process</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat standarisasi procedure/SOP (system operational Procedure) dalam aktivitas pendidikan di AKPER Aisyiyah • Tingkat konsistensi kesesuaian aktivitas pendidikan dengan rencana dalam kalender akademik 	Diferensial Semantik Tujuh Poin Diferensial Semantik Tujuh Poin	A11 A12
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Physical Facilities</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kelayakan gedung perkuliahan AKPER Aisyiyah • Tingkat kelengkapan fasilitas ruang perkuliahan (whiteboard, OHP, Tempat duduk) di AKPER Aisyiyah • Tingkat kelengkapan fasilitas di laboratorium dan buku – buku di perpustakaan AKPER Aisyiyah • Tingkat kelengkapan fasilitas lainnya seperti toilet, mushola, kantin, tempat olah raga di perpustakaan AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin Diferensial Semantik Tujuh Poin Diferensial Semantik Tujuh Poin Diferensial Semantik Tujuh Poin	A13 A14 A15 A16
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>People</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kompetensi dosen AKPER Aisyiyah • Tingkat daya tarik dosen dalam menyampaikan mata kuliah • Tingkat frekuensi kehadiran dosen • Tingkat kecakapan petugas administrasi 	Diffential Semantic Tujuh Poin Diffential Semantic Tujuh Poin Diffential Semantic Tujuh Poin Diffential Semantic Tujuh Poin	A17 A18 A19 A20

Lanjutan Tabel 3.1Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. item
1	2	3	4	5	6
Nilai yang diterima oleh mahasiswa (Variabel Y)	Merupakan sekumpulan manfaat yang diharapkan oleh pelanggan dari produk atau jasa tertentu dibandingkan dengan sekumpulan biaya yang dirasakan oleh konsumen yang dikeluarkan untuk mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan dan membuang produk atau jasa	<ul style="list-style-type: none"> • Manfaat: <ul style="list-style-type: none"> ➢ Produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan lulusan mendapat pekerjaan 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A21
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecepatan pelayanan bagian kemahasiswaan AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A22
		<ul style="list-style-type: none"> ➢ SDM (dosen dan tenaga administrasi) 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keramahan dosen dan tenaga administrasi AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A23
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesopanan dosen dan tenaga administrasi AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A24
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecepat tanggapan dosen dan tenaga administrasi AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A25
		<ul style="list-style-type: none"> ➢ Citra 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat citra lembaga AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A26
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat citra mahasiswa AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A27

Lanjutan Tabel 3.1Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. item
1	2	3	4	5	6
		<ul style="list-style-type: none"> • Korbanan : Moneter 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat dana yang dikeluarkan untuk menempuh pendidikan di AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A28
		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Non moneter ○ Waktu 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat waktu yang diperlukan untuk menempuh pendidikan di AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A29
		<ul style="list-style-type: none"> ○ Energi 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan untuk menempuh pendidikan di AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A30
		<ul style="list-style-type: none"> ○ Mental 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat beban mental (strss) untuk menempuh pendidikan di AKPER Aisyiyah 	Diferensial Semantik Tujuh Poin	A31

3.4. Sumber Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2002:123), “Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dikategorikan menjadi :

1. Sumber data primer

Yakni sumber data yang diperoleh dari sumber pertama, di mana peneliti mengambil langsung dari lapangan. Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada responden.

2. Sumber data sekunder

Yakni data dimana peneliti tidak secara langsung melakukan penelitian sendiri, tetapi meneliti dan memanfaatkan data atau dokumen yang dihasilkan oleh pihak lain. Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari literatur, artikel, serta website di internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

Jenis, kategori dan sumber data dalam penelitian ini diperlihatkan pada Tabel 3.2.

Tabel 3. 2 Jenis Dan Sumber Data

Tujuan Penelitian	Data Penelitian	Jenis Data		Sumber Data
		Sekunder	Primer	
Mengetahui program bauran pemasaran jasa pendidikan AKPER Aisyiyah Bandung	1. Tabel perkembangan jumlah mahasiswa baru di Jawa Barat tahun 2004/2005 - 2006/2007	✓		www.DEPDIKNAS.com 20/08/2008
	2. Tabel jumlah perguruan tinggi swasta di Jawa Barat tahun 2006 dan daftar AKPER di Jawa Barat	✓		Kopertis Wilayah IV Jawa Barat
	3. Jumlah mahasiswa AKPER swasta di kota Bandung	✓		BPS tahun 2007
	4. Bauran pemasaran AKPER Aisyiyah, AKPER Borromeus dan STIK Immanuel	✓		AKPER Aisyiyah, STIK Immanuel, AKPER UNJANI, dan STIK St. Borromeus
	5. Tanggapan mahasiswa tentang bauran pemasaran jasa pendidikan di AKPER Aisyiyah Bandung		✓	Pra – Penelitian Maret 2008
	6. Tanggapan responden tentang pelaksanaan program bauran pemasaran jasa pendidikan di AKPER Aisyiyah		✓	Responden
	7. Profil AKPER Aisyiyah	✓		AKPER Aisyiyah
Mengetahui nilai yang diterima oleh mahasiswa AKPER Aisyiyah Bandung	1. Alasan mengatakan perguruan tinggi terbaik	✓		Majalah Tempo tahun 2005
	2. Nilai Akreditasi AKPER di Kota Bandung dan Cimahi		✓	AKPER Aisyiyah, STIK Immanuel, AKPER UNJANI, dan STIK St. Borromeus
	3. Tanggapan Mahasiswa mengenai manfaat dan biaya di program AKPER Aisyiyah Bandung		✓	Pra - Penelitian Maret 2008
	4. Tanggapan responden mengenai nilai pelanggan AKPER Aisyiyah		✓	Responden

Lanjutan Tabel 3.2 Jenis Dan Sumber Data

Tujuan Penelitian	Data Penelitian	Jenis Data		Sumber Data
		Sekunder	Primer	
Mengetahui pengaruh pelaksanaan program bauran pemasaran jasa pendidikan terhadap nilai pelanggan AKPER Aisyiyah	1. Jumlah mahasiswa AKPER Aisyiyah angkatan tahun 2006-2008	✓		SBAK AKPER Aisyiyah
	2. Tanggapan mahasiswa mengenai pelaksanaan kinerja bauran pemasaran jasa dan pengaruhnya terhadap nilai pelanggan.		✓	Responden

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

3.5. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk kepentingan penelitian, dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Wawancara, sebagai teknik komunikasi langsung untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Wawancara dengan Ibu Salami, S.Kep untuk mengetahui gambaran pelaksanaan bauran pemasaran jasa pendidikan di AKPER Aisyiyah Bandung
- b. Studi kepustakaan, yakni untuk mempelajari teori-teori yang ada atau literatur lain yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti baik dari buku, majalah, jurnal, brosur, dokumen atau bacaan lainnya terutama tentang bauran pemasaran jasa pendidikan dan nilai pelanggan.

- c. Observasi, merupakan pengamatan secara langsung di mana penelitian tersebut dilakukan, yaitu di kampus AKPER Aisyiyah Bandung.
- d. Angket (kuesioner), yaitu teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertutup kepada responden yang menjadi anggota sampel penelitian mengenai gambaran bauran pemasaran jasa pendidikan dan nilai pelanggan AKPER Aisyiyah Bandung.

Adapun langkah-langkah dalam penyusunan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada pedoman perancangan kuesioner yang dikemukakan oleh Malhotra (2005:325) sebagai berikut :

1. Menentukan informasi yang dibutuhkan.

Peneliti memiliki cukup informasi mengenai siapa saja yang termasuk ke dalam populasi sasaran, kegiatan bauran pemasaran jasa pendidikan akademi keperawatan Aisyiyah.

2. Menentukan teknik pengelolaan kuesioner yang akan digunakan.
3. Menentukan nilai masing – masing jawaban.

Pada penelitian ini, setiap jawaban responden diberi nilai berdasarkan skala diferensial semantik dengan tujuh pilihan jawaban. Nilai-nilai tersebut dipresentasikan ke dalam berbagai alternatif jawaban yang didasarkan pada pedoman konfigurasi skala yang dikemukakan oleh Malhotra (2005:304).

Berbagai alternatif jawaban tersebut diperlihatkan pada Tabel. 3.3.

Tabel 3. 3 Skor Penilaian Berdasarkan Skala Diferensial Semantik

Alternatif Jawaban	Sangat Setuju	Setuju	Agak Setuju	Antara Setuju dan Tidak	Agak Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Positif	7	6	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5	6	7

4. Merancang pertanyaan untuk mengatasi ketidakmampuan dan ketidakediaan responden untuk menjawab.

Peneliti memberikan pengarahan kepada responden.

5. Membuat keputusan mengenai struktur pertanyaan

Struktur pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertanyaan tertutup dan terbuka.

6. Menentukan susunan kata dari pertanyaan.

Kata-kata dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan tingkatan kosakata responden.

7. Mengurutkan pertanyaan dalam urutan yang sesuai.

Urutan pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan urutan operasionalisasi variabel penelitian.

8. Mengidentifikasi bentuk dan layout.

Layout kuesioner dibuat dalam bentuk yang menarik sehingga diharapkan responden tidak merasa bosan untuk membaca.

9. Memperbanyak kuesioner.

10. Uji coba kuesioner.

3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.6.1 Populasi

Malhotra (2005:364) mengemukakan bahwa: “Populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset penelitian”.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 222 mahasiswa yang terdiri dari angkatan 2006 sebanyak 60 mahasiswa, angkatan 2007 sebanyak 76 mahasiswa dan angkatan 2008 sebanyak 86 mahasiswa. Seperti yang diperlihatkan pada Tabel. 3.4.

Tabel 3. 4 Jumlah Mahasiswa AKPER Aisyiyah Angkatan 2006 – 2008

No.	Tahun Angkatan	Jumlah Mahasiswa
1	2006	60
2	2007	76
3	2008	86
Total		222

Sumber: SBAK AKPER Aisyiyah (2008)

3.6.2 Sampel

Populasi dalam penelitian ini tidak dapat semuanya diteliti, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor di antaranya karena keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Maka itulah peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut cukup mempresentasikan yang lainnya. Pengambilan sebagian subjek dari populasi dinamakan sampel.

Sugiyono (2006:73) berpendapat bahwa “Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut”.

Naresh K. Malhotra (2005:364) berpendapat bahwa “Sampel adalah subkelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi”. Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan suatu pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah n .

Husain umar (2002:59), mengemukakan bahwa untuk menghitung besarnya ukuran sampel dapat dilakukan dengan menggunakan teknik *slovin* dengan rumus :

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

Keterangan: n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir, ($e = 0,1$)

Berdasarkan rumus Slovin, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{222}{1 + (222 \times (0,1)^2)}$$

$$n = \frac{222}{3,22}$$

$$n = 68,94 \approx 70$$

Jadi jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berjumlah 70 responden, Agar sampel yang digunakan representatif, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 70 responden. Berdasarkan teknik tersebut maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 70 orang.

3.6.3. Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Menurut Suharsimi Arikunto (2002:110) “Teknik pengambilan sampel dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel (contoh) yang benar - benar dapat berfungsi sebagai contoh atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya”.

Adapun sampelnya diambil dengan menggunakan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* (PSRS). Teknik ini digunakan apabila populasi mempunyai anggota/ unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Dalam teknik ini setiap strata diambil sampel yang sebanding dengan besar setiap sampel.

Jumlah sampel yang diteliti adalah berjumlah 70 responden. Untuk mendapatkan jumlah sampel tersebut, maka peneliti melakukan penarikan sampel secara proporsional pada mahasiswa di setiap angkatan dengan proporsi sampel di setiap angkatan seperti diperlihatkan pada Tabel 3.5.

Tabel 3. 5 Jumlah Proporsi Sampel di Setiap Angkatan

Tahun Angkatan	Jumlah Mahasiswa	Sampel	Jumlah Sampel
2006	60	60/222x70	19
2007	76	76/222x70	24
2008	86	86/222x70	27
Total			70

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2008)

3.7 Rancangan Analisis Data

Mengingat pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, maka setelah data yang diperoleh terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah terdapat pengaruh antara variabel bauran pemasaran jasa pendidikan (X) terhadap nilai pelanggan (Y). Dalam melaksanakan pengolahan data ini prosedur yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Mengecek lembar jawaban yang telah diisi oleh responden untuk mengetahui kelengkapan hasil jawaban responden yang akan menentukan layak tidaknya lembar jawaban tersebut diolah lebih lanjut.
2. Menghitung bobot nilai dengan menggunakan Skala *differential semantic* dalam tujuh pilihan jawaban.
3. Rekapitulasi nilai angket variabel X (bauran pemasaran jasa) dan variabel Y (nilai pelanggan).
4. Tahap uji coba kuesioner.

Untuk menguji layak atau tidaknya *kuesioner* yang disebarkan kepada responden, maka penulis melakukan dua cara uji yaitu *uji validitas* dan *uji reliabilitas*.

Keberhasilan mutu hasil penelitian dipengaruhi oleh data yang *valid* dan *reliable*. *Valid* berarti instrument dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur, sedangkan *reliable* berarti instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2004:267). Untuk menguji layak tidaknya kuesioner disebarkan kepada responden, dilakukan dua tahap pengujian yaitu uji validitas dan reliabilitas.

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kusioner yang *valid* dan mana yang tidak. Dalam uji validitas digunakan metode koefisien *Korelasi Product Moment Pearson* dengan rumus:

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

(Suharsimi Arikunto, 2006:274)

Keterangan:

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

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

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

Perhitungan validitas instrumen dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 11.0 for Window.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Instrumen penelitian disamping harus *valid*, juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Malhotra (2005:309) mengemukakan bahwa *reliabilitas* adalah sejauh mana skala mampu menciptakan hasil yang konsisten jika pengukuran berulang dilakukan terhadap karakteristik tertentu”. Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma^2}{\sigma^2} \right]$$

(Suharsimi Arikunto, 2006: 196)

Keterangan	r_{11}	= reliabilitas instrumen
	k	= banyaknya butir pertanyaan atau butir soal
	$\sum \sigma^2$	= jumlah <i>varians</i> butir soal
	σ^2	= <i>varians</i> total

Sedangkan rumus variansnya adalah

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \left[\frac{(\sum X)^2}{N} \right]}{N} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2006: 184})$$

keterangan	σ^2	= varians
	$\sum X$	= jumlah skor
	N	= jumlah responden

Keputusan uji reliabilitas instrumen berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan reliabel.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program SPSS

11.0 for windows.

3.7.3 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Keberhasilan mutu hasil penelitian dipengaruhi oleh data yang *valid* dan *reliable*. Data yang *valid* dan *reliable* tersebut diperoleh dari instrumen penelitian yang juga *valid* dan *reliable*. Oleh karena itu, sebelum melangkah kepada tahap penjabaran hasil penlitian baik secara deskriptif maupun verifikatif, perlu dipastikan terlebih dahulu bahwa instrumen penelitian yang digunakan sudah *valid* dan *reliable*.

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 11.0 *for window*. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 11 *for window* adalah sebagai berikut:

1. Memasukan 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), *coloum*, *align(left, center, right, justify)* dan isi juga kolom *measure* (skala :ordinal)
3. Kembali ke data view, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analize*
4. Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
5. Dihasilkan output , apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Berikut ini merupakan hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen dalam penelitian ini.

A. Hasil Pengujian Validitas

Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan pada setiap item pertanyaan, yang terdiri dari 31 item. Hasil pengujian validitas instrumen untuk setiap item pertanyaan dalam penelitian ini diperlihatkan pada Tabel 3.6.

Tabel 3. 6 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	No item	Pertanyaan	r_{hitung}	$r_{i(x-i)}$	r_{Tabel}	Ket
Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan (X)	1	Bagaimana daya tarik program studi yang ditawarkan AKPER Aisyiyah ?	0.629	0.584	0.374	Valid
	2	Bagaimana keragaman/variasi pilihan konsentrasi program studi di AKPER Aisyiyah?	0.543	0.482	0.374	Valid
	3	Bagaimana keterjangkauan biaya kuliah (SPP, DSP, Uang Praktikum, dan sebagainya) di AKPER Aisyiyah?	0.576	0.527	0.374	Valid
	4	Bagaimana keringanan pembayaran biaya kuliah (misalnya : dapat diangsur) di AKPER Aisyiyah?	0.597	0.549	0.374	Valid
	5	Bagaimana keragaman metode pembayaran biaya kuliah (misal: bisa dibayar melalui bank) di AKPER Aisyiyah?	0.827	0.810	0.374	Valid
	6	Bagaimana kestrategisan lokasi kampus AKPER Aisyiyah?	0.741	0.704	0.374	Valid
	7	Bagaimana kemudahan akses menuju lokasi kampus AKPER Aisyiyah.?	0.864	0.844	0.374	Valid
	8	Bagaiman daya tarik program – program promosi (misalnya: iklan di radio, pemasangan spanduk , brosur, kunjungan ke sekolah dan sebagainya) yang dilakukan oleh AKPER Aisyiyah?	0.938	0.932	0.374	Valid
	9	Bagaimana ketepatan media/alat untuk berpromosi (misalnya: spanduk, TV, radio, brosur dan sebagainya)?	0.804	0.773	0.374	Valid
	10	Bagaimana keragaman media promosi ?	0.699	0.655	0.374	Valid
	11	Bagaimana standardisasi prosedur / SOP (system operational procedure) dalam aktivitas pendidikan di AKPER Aisyiyah?	0.474	0.410	0.374	Valid
	12	Bagaimana konsistensi pelaksanaan aktivitas pendidikan dengan rencana dalam kalender akademik AKPER Aisyiyah?	0.886	0.871	0.374	Valid
	13	Bagaimana kelayakan gedung perkuliahan AKPER Aisyiyah?	0.640	0.591	0.374	Valid
	14	Bagaimana kelengkapan fasilitas ruang kuliah (Whiteboard, OHP, LCD, Tempat duduk) di AKPER Aisyiyah?	0.849	0.829	0.374	Valid
	15	Bagaimana kelengkapan fasilitas di Laboratorium dan buku - buku di perpustakaan AKPER Aisyiyah?	0.668	0.668	0.374	Valid
	16	Bagaimana kelengkapan fasilitas lainnya (contoh : Toilet, kantin, tempat olahraga, tempat ibadah) di AKPER Aisyiyah	0.864	0.840	0.374	Valid
	17	Bagaimana kompetensi dosen dalam menyampaikan mata kuliah di AKPER Aisyiyah?	0.773	0.742	0.374	Valid
	18	Bagaimana daya tarik dosen dalam menyampaikan mata kuliah?	0.668	0.621	0.374	Valid
	19	Bagaimana frekuensi kehadiran dosen AKPER Aisyiyah?	0.864	0.844	0.374	Valid
	20	Bagaimana kecakapan petugas administrasi AKPER Aisyiyah?	0.741	0.709	0.374	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Lanjutan Tabel 3. 6 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	No item	Pertanyaan	rhitung	ri(x-i)	rTabel	Ket
Nilai Pelanggan (Y)	21	Bagaimana kemudahan lulusan AKPER Aisyiyah mendapat pekerjaan?	0.744	0.668	0.374	Valid
	22	Bagaimana kecepatan pelayanan bagian kemahasiswaan AKPER Aisyiyah?	0.773	0.723	0.374	Valid
	23	Bagaimana Keramahan dosen dan tenaga administrasi AKPER Aisyiyah?	0.744	0.682	0.374	Valid
	24	Bagaimana kesopanan dosen dan tenaga administrasi AKPER Aisyiyah?	0.749	0.694	0.374	Valid
	25	Bagaimana keceppanggapan dosen dan tenaga administrasi AKPER Aisyiyah ?	0.799	0.744	0.374	Valid
	26	Bagaimana citra lembaga pendidikan AKPER Aisyiyah?	0.837	0.800	0.374	Valid
	27	Bagaimana citra mahasiswa AKPER Aisyiyah	0.721	0.721	0.374	Valid
	28	Bagaimana pengorbanan dana yang dikeluarkan untuk menempuh pendidikan di AKPER Aisyiyah	0.817	0.759	0.374	Valid
	29	Bagaimana pengorbanan waktu untuk menempuh masa pendidikan di AKPER Aisyiyah di AKPER Aisyiyah?	0.742	0.682	0.374	Valid
	30	Bagaimana kemudahan untuk menempuh pendidikan di AKPER Aisyiyah?	0.620	0.531	0.374	Valid
	31	Bagaimana beban mental (Stres) untuk menempuh pendidikan di AKPER Aisyiyah/	0.542	0.448	0.374	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ atau $(30-2=28)$, sehingga diperoleh nilai r_{Tabel} sebesar 0,374. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan dalam kuesioner dapat dikatakan valid, karena setiap item pertanyaan memiliki $r_{i(x-i)}$ hitung lebih besar daripada r_{Tabel} ($r_{i(x-i)} > r_{Tabel}$). Artinya, pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat dijadikan alat ukur apa yang hendak diukur.

B. Hasil Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen penelitian dilakukan pada setiap variabel, yakni bauran pemasaran jasa pendidikan (X) dan nilai yang diterima oleh mahasiswa (Y). Hasil pengujian reliabilitas instrumen untuk setiap variabel dalam penelitian ini diperlihatkan pada Tabel 3.7.

Tabel 3. 7 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian

No	Variabel	$C\alpha_{hitung}$	$C\alpha_{minimal}$	Keterangan
1-20	Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan (X)	0,934	0,70	Reliabel
21-31	Nilai Pelanggan (Y)	0,915	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Pengujian reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan terhadap 30 orang responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ atau $(30-2=28)$, sehingga diperoleh nilai $C\alpha$ masing-masing variabel lebih besar dari $C\alpha_{minimal}$ menurut ketentuan yang dikemukakan oleh Hair, Anderson, Tatham&Black (1998:88), atau dengan kata lain $C\alpha_{hitung} \geq 0,70$. Dengan demikian hal tersebut dapat diartikan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner berapa kalipun ditanyakan kepada responden akan menghasilkan hasil ukur yang sama.

3.7.4 Analisis Regresi Sederhana

Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu:

1. Menyusun Data

Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, serta pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian

2. Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Memberi skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

3. Analisis Data

Kegiatan ini merupakan pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik kemudian menginterpretasikan data untuk memperoleh suatu kesimpulan.

Menurut Wahid Sulaiman (2004:88), untuk memperoleh model regresi yang terbaik, dalam arti secara statistik adalah BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), maka model regresi yang diajukan harus memenuhi persyaratan uji asumsi normalitas, uji asumsi heteroskedastisitas dan uji asumsi linearitas. Berikut adalah pemaparannya :

a. Uji asumsi normalitas

Normalitas data merupakan syarat pertama untuk melakukan analisis regresi sebagaimana yang diungkapkan oleh Trinton (2005:76) bahwa “data sampel hendaknya memenuhi prasyarat distribusi normal.” Data yang mengandung data ekstrim biasanya tidak memenuhi normalitas. Jika sebaran data mengikuti sebaran normal, maka populasi dari mana data diambil berdistribusi normal dan akan dianalisis menggunakan analisis parametrik.

Menurut Wahid Sulaiman (2004:88), untuk mendeteksi normalitas digunakan *normal probability plot*. Melalui plot ini, masing-masing nilai pengamatan dipasangkan dengan nilai harapan dari distribusi normal. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak di sekitar garis lurus yang melalui nol dan tidak mempunyai pola.

b. Uji asumsi heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Residu pada heteroskedastisitas semakin besar apabila pengamatan semakin besar. Menurut Wahid Sulaiman (2004:106), suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastis apabila penyebaran nilai-nilai residual terhadap harga-harga prediksi tidak membentuk suatu pola tertentu (meningkat atau menurun).

c. Uji asumsi linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan

sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05 (Dwi Priyatno, 2008:36).

d. Uji Asumsi Nonautokorelasi

Autokorelasi terjadi ketika nilai residual ($y-y'$) pada waktu ke- t ada kaitannya dengan nilai residual sebelumnya. Jika berkaitan, nilai residual yang positif akan cenderung diikuti oleh residual positif berikutnya, dan sebaliknya, hasil residual yang negatif akan diikuti oleh residual yang negatif. Dengan kata lain, apabila data diurutkan berdasarkan urutan waktu (*time series*), maka data pengamatan akan dipengaruhi oleh data pengamatan sebelumnya. Regresi yang terdeteksi autokorelasi dapat berakibat pada biasanya interval kepercayaan dan ketidaktepatan penerapan uji F dan uji t.

Menurut Makridakis (Wahid Sulaiman, 2004:89), untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dilakukan pengujian *Durbin-Watson* (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- $1,65 < DW < 2,35$, artinya tidak terjadi autokorelasi (asumsi nonautokorelasi terpenuhi).
- $1,2 < DW < 1,65$ atau $2,35 < DW < 2,79$ artinya tidak dapat disimpulkan ada tidaknya autokorelasi.
- $DW < 1,21$ atau $DW > 2,79$ artinya terjadi autokorelasi (asumsi autokorelasi tidak terpenuhi).

Penelitian ini hanya terdiri atas dua variabel yaitu bauran pemasaran jasa pendidikan (X) dan nilai pelanggan (Y), maka digunakan teknik analisis regresi linear sederhana.

Bentuk umum persamaannya adalah

$$Y = a + bX \dots\dots\dots (Riduwan, 2006:145)$$

Keterangan:

Y = subyek dalam variable dependent yang diprediksikan

a = nilai Y bila X = 0 (harga konstan)

b = angka arah atau koefisien regresi

X = subjek pada variabel independent yang mempunyai nilai tertentu

Langkah – langkah yang dilakukan dalam analisis regresi linear adalah sebagai berikut :

1. Mencari harga – harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b.
2. Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus sebagai berikut :

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

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

(Riduwan, 2006:145)

Sugiyono (2004:212) menyatakan bahwa jika data interval dan hipotesis yang diajukan asosiatif maka statistik yang digunakan salah satunya adalah korelasi Pearson. Teknik korelasi digunakan untuk menganalisis kuatnya hubungan antar variabel.

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Mencari besarnya kontribusi dari X terhadap naik turunnya nilai Y dihitung dengan suatu koefisien yang disebut koefisien determinasi (KD), dimana:

$$\mathbf{KD = (r)^2 \times 100\%}$$

Adapun untuk mengetahui pengaruh, dapat diklasifikasikan menurut standard Guilford sebagaimana yang dikutip oleh Sugiyono (2006 :168) Seperti terlihat pada Tabel 3.8 berikut :

Tabel 3. 8 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Klasifikasi
0.000-0.199	Sangat Rendah
0.200-0.399	rendah
0,400-0,599	Sedang
0.600-0.799	Kuat
0.800-1.000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2006 :183)

3.8. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji keberartian koefisien antara variable X dan Y dilakukan dengan membandingkan dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student ($t_{student}$). Rumus dari *distribusi student* adalah:

$$t = \frac{rs \cdot \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-rs^2}} \quad (\text{Sudjana, 2001:62})$$

Keterangan :

t = distribusi student

r = koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

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

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

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan.

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

- $H_0 : \rho_{yx} = 0$, Artinya tidak terdapat pengaruh bauran pemasaran jasa pendidikan terhadap nilai pelanggan.
- $H_a : \rho_{yx} \neq 0$, Artinya terdapat pengaruh bauran pemasaran jasa pendidikan terhadap nilai pelanggan.