

No. Daftar : 359 /1140-FPEB 1/ PL/2010

**PENGARUH PERSEPSI SISWA TENTANG *BRAND IMAGE* DAN
LATAR BELAKANG SOSIAL EKONOMI KELUARGA TERHADAP
MINAT MELANJUTKAN
KE MADRASAH TSANAWIYAH DI KABUPATEN SUMEDANG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
Program Studi Pendidikan Ekonomi dan Koperasi**



oleh :
LIA EMILIA
0607307

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI DAN KOPERASI
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2010

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PERSEPSI SISWA TENTANG BRAND IMAGE DAN
LATAR BELAKANG SOSIAL EKONOMI KELUARGA TERHADAP
MINAT MELANJUTKAN KE MADRASAH TSANAWIYAH
DI KABUPATEN SUMEDANG**

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Yayat Achdiat, M.Pd
NIP. 1951 12161978031 001

Leni Permana, S.Pd
NIP. 19760318 200112 2 001

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Pendidikan Ekonomi dan Koperasi

Dr. Dadang Dahlan, M.Pd.
NIP. 19571205 198203 1 002

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang masalah	1
1.2 Rumusan masalah	9
1.3 Tujuan penelitian	10
1.4 Kegunaan penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Minat	12
2.1.1 Pengertian minat	12
2.1.2 Indikator minat	14
2.1.3 Jenis-jenis minat.....	15
2.1.4 Faktor yang mempengaruhi minat.....	15
2.2 Persepsi	17
2.2.1 Pengertian persepsi	17
2.2.2 Proses persepsi	18
2.2.3 Jenis persepsi.....	21
2.2.4 Faktor yang mempengaruhi persepsi.....	21
2.3 Latar Belakang Sosial Ekonomi Keluarga	24
2.3.1 Pengertian keluarga.....	24
2.3.2 Latar belakang sosial ekonomi keluarga	26
2.4 Penelitian Terdahulu.....	31
2.5 Kerangka Pemikiran	32
2.6 Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Objek Penelitian	37
3.2 Metode Penelitian	37
3.3 Populasi dan Sampel Area.....	38
3.3.1 Populasi	38
3.3.2 Sampel	38
3.3.2.1 Sampel area	40
3.3.2.2 Sampel sekolah.....	41
3.3.2.3 Sampel siswa	42
3.4 Operasional Variabel	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	45

3.6	Sumber Data	46
3.7	Teknik Pengolahan Data.....	47
3.7.1	Prosedur pengolahan data.....	47
3.8	Pengujian instrumen penelitian	48
3.8.1	Uji Validitas	48
3.8.2	Uji Reliabilitas	50
3.9	Teknik analisis data	52
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1	Hasil Penelitian.....	54
4.1.1	Gambaran umum objek penelitian	54
4.1.2	Gambaran umum responden	58
4.1.2.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ..	59
4.1.2.2	Karakteristik responden berdasarkan usia	60
4.1.3	Gambaran variabel penelitian	61
4.1.3.1	Variabel persepsi siswa.....	61
4.1.3.2	Variabel Latar belakang sosial ekonomi keluarga	63
4.1.3.3	Variabel minat.....	67
4.2	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	70
4.2.1	Uji Validitas.....	70
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	73
4.2.3	Pengujian Hipotesis	75
4.2.3.1	Pengaruh persepsi siswa tentang Brand Image terhadap minat melanjutkan ke Madrasah Tsanawiyah.....	77
4.2.3.2	Pengaruh latar belakang sosial ekonomi keluarga terhadap minat melanjutkan ke Madrasah Tsanawiyah.....	77
4.3	Pembahasan.....	78
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Saran	83
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP PENULIS		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Rata-rata jumlah siswa per kelas Sekolah Umum dan Madrasah di Indonesia	3
Tabel 1.2	Perbandingan jumlah murid pada SMP Negeri-Swasta dan MTS Negeri-Swasta di Kabupaten Sumedang.....	5
Tabel 1.3	Perbandingan jumlah murid pada SMP Negeri-Swasta dan MTS Negeri-Swasta di Kabupaten Sumedang pada tahun 2008-2009 per kecamatan	7
Tabel 1.4	Penelitian terdahulu.....	31
Tabel 1.5	Jumlah sampel berdasarkan pembagian area	41
Tabel 1.6	Sampel sekolah	42
Tabel 1.7	Sampel siswa.....	43
Tabel 1.8	Operasional variabel penelitian	43
Tabel 1.9	Kriteria bobot nilai alternatif.....	47
Tabel 2	Pemberian skor untuk variabel latar belakang sosial ekonomi keluarga	48
Tabel 2.1	Pedoman koefisien korelasi	53
Tabel 2.2	Jumlah sekolah di Kabupaten Sumedang tahun 2009.....	55
Tabel 2.3	Jumlah MTS tiap kecamatan Kabupaten Sumedang tahun 2009/2010.....	56
Tabel 2.4	Penyebaran responden berdasarkan jenis kelamin.....	59
Tabel 2.5	Penyebaran responden berdasarkan usia.....	60
Tabel 2.6	Skor persepsi siswa	61
Tabel 2.7	Pedoman konversi norma absolut skala 5	62
Tabel 2.8	Deskripsi variabel persepsi siswa	63
Tabel 2.9	Pendapatan keluarga per bulan	64
Tabel 2.10	Pekerjaan ayah	64
Tabel 2.11	Pekerjaan ibu.....	65
Tabel 2.12	Pendidikan ayah	65
Tabel 2.13	Pendidikan ibu.....	66

Tabel 2.14	Pengeluaran untuk biaya pendidikan per bulan	67
Tabel 2.15	Skor variabel Minat melanjutkan ke Madrasah Tsanawiyah.....	68
Tabel 2.16	Pedoman konversi norma absolut skala 5	69
Tabel 2.17	Deskripsi variabel minat	70
Tabel 2.18	Hasil uji validitas soal untuk variabel persepsi siswa tentang brand image.....	71
Tabel 2.19	Hasil uji validitas soal untuk variabel latar belakang sosial ekonomi keluarga.....	71
Tabel 2.20	Hasil uji validitas soal untuk variabel Minat melanjutkan ke Madrasah Tsanawiyah.....	72
Tabel 2.21	Hasil uji reliabilitas	74
Tabel 2.21	Test statistik	75
Tabel 2.22	Correlation	76
Tabel 2.23	Hasil pengolahan data penelitian	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Bagan persepsi	19
Gambar 2	Faktor yang mempengaruhi persepsi	22
Gambar 3	Skema paradigma penelitian	35
Gambar 4	Madrasah Tsanawiyah Negeri.....	57
Gambar 5	Madrasah Tsanawiyah Swasta	57
Gambar 6	Penyebaran responden menurut jenis kelamin.....	59
Gambar 7	Penyebaran responden menurut usia.....	60

