BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Semua Perusahaan mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya,sehingga setiap perusahaan dituntut untuk berani bersaing demi mempertahankan hidupnya. Disamping tujuan yang utama untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan,masih ada tujuan lain dari perusahaan yaitu untuk terus menerus menaikkan volume penjualan dan untuk mendapatkan laba yang besar. Pada kondisi ini perusahaan perlu memperhatikan pemasarannya.

Salah satu kebutuhan dari umat manusia ini adalah kebutuhan akan pendidikan hal ini dikarenakan pendidikan merupakan kebutuhan yang sangat essensial bagi kehidupan manusia yang dapat menghantarkan seseorang ke tingkat kehidupan yang lebih baik.

Menghadapi zaman yang semakin maju dan dalam memasuki era globalisasi tentu saja dibutuhkan manusia yang handal dan mampu menghadapi era kemajuan teknologi. Hal itu dapat dihasilkan oleh lembaga pendidikan atau perguruan tinggi yang mampu mencetak sarjana yang tentu saja akan memenuhi kebutuhan sumber daya manusia yang handal.

Seperti kita ketahui Yogyakarta merupakan kota pendidikan dan disini banyak berdiri perguruan tinggi. Dengan semakin banyak berdirinya

perguruan tinggi tentu saja mengakibatkan persaingan yang sangat ketat dalam merebut pasar sasarannya,terutama bagi perguruan tinggi dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan dan perubahan dari perilaku sikap dan selera konsumen sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan strategi pemasaran yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pasar perguruan tinggi di Yogyakarta semakin meningkat terlebih dengan predikatnya sebagai kota pelajar. Pasar tidak hanya mereka yang menyelesaikan SMU atau jenjang pendidikan yang sederajat di Yogyakarta tapi juga pendatang dari seluruh nusantara. Daya tarik pasar ini menyebabkan banyak berdirinya perguruan tinggi diantaranya adalah Universitas Islam Indonesia.

Dengan semakin banyaknya jasa yang ditawarkan pihak produsen ini akan membuat konsumen semakin kritis sehingga akan mengakibatkan semakin ketatnya persaingan diantara pihak-pihak penyelenggara perguruan tinggi. Masing-masing perguruan tinggi berlomba-lomba untuk menarik konsumen.

Menurut Philip Kotler sebagai berikut : *Perusahaan yang paling berhasil adalah perusahaan yang dapat menciptakan nilai pelanggan tertinggi dan melakukan dalam jangka panjang.* Kunci untuk memperoleh pelanggan jangka panjang adalah memahami kebutuhan mereka dan perilaku membeli mereka lebih baik dibandingkan yang dilakukan

pesaing. Dan nilai pelanggan tertinggi maksudnya adalah memberikan kepada konsumen keunggulan produk yang perusahaan hasilkan.

Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Kemudian dilakukan pengambilan keputusan oleh konsumen di dalam pembelian produk. Ada sedikitnya lima langkah dalam proses keputusan konsumen (John C.Mowen,2000,P:98) yaitu :

1. Pengenalan Kebutuhan.
2. Pencarian informasi.
3. Melakukan evaluasi alternatif masalah.
4. Pembelian (mengambil keputusan atau memilih alternatif).
5. Hasil (mengevaluasi alternatif yang dipilih sudah memenuhi kebutuhan dan harapan).

Konsumen dalam memilih barang dan jasa didasari motivasi yang nantinya akan mempengaruhi jenis,kualitas dan cita rasa barang dan jasa yang dibelinya. Begitu pula dalam melakukan keputusan memilih perguruan tinggi,terdapat faktor yang mendorong. Bagi perusahaan peran perilaku yang mempengaruhi perilaku konsumen harus terus menerus diamati dan diikuti perubahannya karena mempunyai arti sangat penting dalam menetapkan strategi pemasaran. Konsumen memiliki pandangan tertentu pula dalam pembelian mereka. Sikap konsumen dalam memilih kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang akan diteliti.

Dari penelitian ini kita dapat mengetahui bagaimana sikap konsumen dalam memilih kuliah di FE-UII sehingga dapat diketahui apa yang diinginkan konsumen dalam menanggapi penawaran suatu produk atau jasa pendidikan yang ditawarkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta.

Dengan mempertimbangkan latar belakang masalah tersebut,maka penulis memutuskan untuk mengambil judul skripsi mengenai **"SIKAP MAHASISWA TERHADAP KEPUTUSAN DALAM MEMILIH KULIAH DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA."**

1.2 RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

Dengan melihat latar belakang yang telah dikemukakan diatas,maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana sikap mahasiswa terhadap atribut-atribut yang ditawarkan yang mendorong mahasiswa dalam memilih kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Atribut apakah yang paling dominan yang mendorong mahasiwa dalam memilih kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Apakah ada perbedaan sikap mahasiswa dilihat dari karakteristik konsumen pada jurusan mahasiswa terhadap pemilihan kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui sikap mahasiswa terhadap atribut-atribut yang ditawarkan yang mendorong mahasiswa dalam memilih kuliah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Untuk mengetahui atribut apakah yang paling dominan yang mendorong mahasiswa dalam memilih kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan sikap mahasiswa dilihat dari karakteristik konsumen pada jurusan mahasiswa terhadap pemilihan kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam menetapkan kebijaksanaan perusahaan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

2. Bagi mahasiswa

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan di bidang pemasaran,dengan membandingkan teori yang diperoleh selama kuliah dengan kenyataan yang ada.

3. Bagi ilmu pengetahuan

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi penelitian lain yang berkaitan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 KAJIAN PUSTAKA

2.1.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini adalah penelitian yang berjudul :

1) "Analisis Sikap Konsumen Terhadap keputusan Memilih Pergururan Tinggi ." (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia,Fakultas Tarbiyah dan fakultas Syari'ah Institut agama Islam Negeri Yogyakarta.)

Penelitian ditulis dalam bentuk jurnal oleh Mahsiswa S1 Universitas Islam Indonesia,Yogyakarta.

a) Rumusan masalah :

1. Bagaimana sikap konsumen terhadap atribut yang ditawarkan Fakultas Ilmu Agama Islam UII,Fakultas Tabiyah dan Syari'ah IAIN ?
2. Atribut apakah yang paling dominan yang mendorong konumen memilih Fakultas Ilmu Agama Islam UII,Fakultas Tabiyah dan Syari'ah IAIN ?
3. Apakah ada perbedaan sikap konsumen terhadap atribut yang ditawarkan Fakultas Ilmu Agama Islam UII,Fakultas Tabiyah dan Syari'ah IAIN ?

b) Sampel : Diambil sebanyak 120 responden (dari FIAI sebanyak 60 dan IAIN sebanyak 60 responden)

c) Metode Sampling : Proses pengambilan sampel dengan menggunakan *Metode Purposive Sampling* ,yaitu pengambilan elemen-elemen yang dimaksud dalam sampel dilakukan dengan sengaja dengan catatan bahwa sampel tersebut harus representetif atau mewakili.

d) Variabel : 1.Lokasi

2. Biaya

3. Kurikulum

4. Sarana kenyamanan dalam kelas

e) Alat analisis : Analisis Indeks Sikap,Kai kuadrat dan Koefisien kontingensi.

2) "Analisis Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Memilih Program Diploma-3 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia".

Penelitian ini ditulis dalam bentuk jurnal oleh Nasrullah,Universitas Islam Indonesia,Yogyakarta.

a) Pokok masalah :

1. Bagaimana sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang di tawarkan Program Diploma-3 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

2. Atribut apakah yang paling dominan yang mendorong konsumen memilih Program Diploma-3 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan sikap konsumen dilihat dari karakteristik jurusan pada Program Diploma-3 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

b) Sampel : Diambil adalah sebanyak 30 responden dari tiap jurusan yaitu Manajemen,Akuntansi dan Perbankan.

c) Metode Sampling : Proses pengambilan sampel menggunakan *Metode Stratified Random Sampling*,yaitu pendekatan pengambilan sampel yang dilakukan secara acak dengan memperhatikan strata populasi,pendekatan ini dilakukan mengingat dalam setiap populasi tertentu pasti akan ditemukan suatu strata populasi yang bersifat Mutually Exclusive.

d) Variabel : 1. Status Akreditasi.
2. Jurusan yang ditawarkan.
3. Kurikulum yang ditawarkan.
4. Kenyamanan ruangan kelas.
5. Lokasi kampus.
6. Biaya kuliah.

7. Cara pembayaran.

e) Alat analisa : Indeks Sikap dan Analisis Chi-Square.

f) Hipotesis :1. Sikap konsumen adalah baik terhadap atribut-atribut yang ditawarkan Program Diploma-3 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

2. Atribut yang paling dominan yang mendorong konsumen dalam memilih Program Diploma-3 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

3. Ada perbedaan sikap dilihat dari karakteristik jurusan pada Program Diploma-3 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Analisis dari kedua penelitian tersebut diatas adalah :

Terdapat beberapa persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan penulis tentang maksud penelitian dimana tujuan peneliti adalah melihat hubungan antara masing-masing variabel independen penelitian yaitu pengambilan keputusan konsumen sebagai variabel dependen nya. Perbedaannya adalah tentang karakteristik konsumen dan variabel independen dari penelitian,selain itu pada penelitian terdahulu,peneliti membahas mengenai hubungan Sikap Konsumen terhadap keputusan memilih Perguruan Tinggi dan Sikap Konsumen terhadap keputusan konsumen dalam memilih Program Diploma-3 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia,sedangkan penelitian yang akan dilakukan penulis membahas hubungan dalam sikap

konsumen terhadap keputusan konsumen untuk memilih kuliah di fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dengan penambahan variabel pada kualitas tenaga pengajar (dosen),biaya kuliah (pebandingan dengan Fakultas lain di lingkungan UII) dan jurusan yang ditawarkan.

2.1.2 Landasan Teori

Sikap Konsumen

Menururt Gordon Allport bahwa sikap adalah mempelajari kecenderungan memberikan tanggapan pada suatu obyek atau kelompok obyek baik disenangi atau tidak disenangi secara konsisten. Jika kita analogikan dengan sikap konsumen terhadap merek produk berarti bahwa sikap terhadap merek yaitu mempelajari kecenderungan konsumen untuk mengevaluasi merek baik disenangi atau tidak disenangi secara konsisiten. Dengan demikian,konsumen mengevaluasi merek tertentu secara keseluruhan dari yang paling jelek sampai yang paling baik. Sedangkan menurut pendapat William J.Stanton dalam bukunya "*Prinsip Pemasaran*" jilid I mendefinisikan sikap sebagai berikut :

> *Sikap adalah evaluasi kognisi seseorang yang berlangsung terus menerus,perasaan emosionalnya,atau kecenderungannya bertindak (action tendencies) ke arah sasaran atau gagasan tertentu.*

Ada tiga komponen sikap yaitu hubungan antara evaluasi merek,sikap dan keterlibatan konsumen,dan pengembangan sikap. Akan dijelaskan sebagai berikut :

a) Peran Evaluasi Merek

Dari tiga komponen sikap,evaluasi merek adalah pusat dari telaah sikap karena evaluasi merek merupakan ringkasan dari kecenderungan konsumen untuk menyenangi atau tidak menyenangi merek tertentu. Kepercayaan merek datang sebelum dan mempengaruhi evaluasi merek,dan evaluasi merek terutama menentukan perilaku berkehendak. Dalam faktanya,evaluasi merek sesuai dengan definisi dari sikap terhadap merek yaitu kecenderungan untuk mengevaluasi merek baik disenangi atau tidak disenangi. Kepercayaan merek mempengaruhi sikap,dan maksud untuk membeli dipengaruhi oleh sikap terhadap merek.

b) Sikap dan Keterlibatan Konsumen

Pengaruh kepercayaan terhadap sikap dan pengaruh sikap terhadap perilaku umum bergantung pada keterlibatan konsumen dengan pembeliannya. Keterlibatan yang tinggi dari konsumen atas pembeliannya akan lebih tinggi hubungan antara kepercayaan,sikap dan perilaku. Sementara itu konsumen yang mempunyai keterlibatan yang rendah dalam pembeliannya,tidak mempunyai sikap tertentu terhadap merek produk yang dibelinya. Oleh karena itu,hubungan antara kepercayaan dan sikap adalah lemah. Oleh karena itu,terdapat hubungan yang lemah juga antara sikap dan perilaku untuk pembelian yang *low involvement*. Dalam keterlibatan rendah,sering konsumen

melakukan evaluasi setelah melakukan pembelian. Dalam pembelian *low involvement*,sikap tidak bisa memprediksi perilaku.

c) Pengembangan Sikap

Untuk pengembangan sikap ini sebelum memahami peran sikap dalam perilaku konsumen,kita harus memahami bagaimana sikap dikembangkan dan bagaimana peran yang dimainkan. Sikap dikembangkan sepanjang waktu melalui proses pembelajaran yang dipengaruhi oleh pengaruh keluarga,pengaruh kelompok kawan sebaya,informasi,pengalaman dan kepribadian

Sifat dari Sikap

Sifat yang paling penting dari sikap adalah **kepercayaan** dalam memegang sikap tersebut. Beberapa sikap mungkin dipegang dengan keyakinan kuat,sementara yang lain mungkin ada dengan tingkat kepercayaan yang minimum. Walaupun intensitas dan kepercayaan berhubungan,keduanya tidak sama.

Mengerti tingkat kepercayaan yang dihubungkan dengan sikap adalah penting karena dua alasan. *Pertama*,hal ini dapat mempengaruhi kekuatan hubungan diantara sikap dan perilaku (Russel H.Fazio dan Mark P.Zanna,Juni 1978,P:228-243). Sikap yang dipegang dengan penuh kepercayaan biasanya akan jauh lebih diandalkan untuk membimbing perilaku. Bila kepercayaan rendah,konsumen mungkin tidak merasa nyaman dengan bertindak berdasarkan sikap mereka yang sudah ada.

Sebagai gantinya,mereka mungkin mencari informasi tambahan sebelum mengikatkan diri mereka.

Kedua,kepercayaan dapat mempengaruhi kerentanan sikap terhadap perubahan. Sikap menjadi lebih resistan terhadap perubahan bila dipegang dengan kepercayaan yang lebih besar (Lawrence J.Marks dan Michael A.Kamins,Agustus 1988,P: 266-281).

Satu lagi sifat penting dari sikap adalah bahwa sikap bersifat *dinamis* ketimbang statis. Maksudnya,banyak sikap akan berubah bersama waktu. Sifat dinamis dari sikap sebagian besar bertanggung jawab atas perubahan di dalam gaya hidup konsumen. Sebagai akibatnya,perusahaan dapat memperoleh manfaat dari pelacakan sikap konsumen sepanjang waktu sebagai salah satu cara untuk mengatasi perubahan yang potensial di dalam permintaan produk dan perilaku berbelanja (Mathew Greenwald dan John P.Katosh.Agustus 1987,P:46-47).

Pembentukan dari Sikap

Sikap yang dianut konsumen sekarang ini tentu saja merupakan hasil dari pengalaman mereka sebelumnya. Sikap kerap terbentuk sebagai hasil dari kontak langsung dengan objek sikap. Karakteristik penting dari sikap yang didasarkan pada pengalaman langsung adalah sikap biasanya dianut dengan kepercayaan yang lebih besar (Fazio dan Zanna). Konsisten dengan hal ini,penelitian memperlihatkan bahwa konsumen memiliki keyakinan yang jauh lebih kuat mengenai sikap produk mereka bila

didasarkan pada pemakaian produk aktual dibandingkan bila didasarkan pada iklan saja (Marks dan kamins).

Agar lebih efektif dalam mengembangkan strategi dan kegiatan yang akan menciptakan,mengukuhkan, atau memodifikasi sikap konsumen, adalah penting untuk mengerti proses yang mengatur pembentukan sikap.

Teori-Teori Sikap

a. Teori Keseimbangan Heder

Heder megemukakan bahwa suatu efek positif atau suatu efek negatif terhadap orang lain cenderung akan berada pada keadaan seimbang dengan efek seseorang terhadap suatu obyek sikap dimana orang lain juga mengarahkan sikapnya.

b. Teori Kesesuaian Osgood dan Tanenbaum

Inti dari teori kesesuaian adalah bahwa unsur-unsur kognitif mempunyai valensi positif,negatif atau nol dalam berbagai intensitas. Unsur-unsur yang relevan satu dengan yang lainnya dapat mempunyai hubungan positf maupun negatif. Kesesuaian yang diinginkan akan terjadi apabila tanda hubungannya adalah nol atau dua diantaranya negatif dan bila identitasnya sama.

c. Teori Tiga Proses Perubahan Kelman

Kelman mengemukakan adanya tiga proses sosial yang mempengaruhi perubahan sikap yaitu :

1) Kesediaan (Compliance)

Kesediaan terjadi ketika individu bersedia menerima pengaruh dari orang lain atau kelompok lain dikarenakan dia berharap untuk memperoleh reaksi atau tanggapan positif dari pihak lain.

2) Identifikasi (Identification)

Proses identifikasi dapat terjadi apabila individu meniru perilaku atau sikap seseorang atau sikap kelompok lain dikarenakan sikap tersebut sesuai dengan apa yang dianggapnya sebagai hubungan yang menyenangkan antara dia dengan pihak lain.

3) Internalisasi (Internalization)

Internalisasi dapat terjadi apabila individu menerima pengaruh dan bersedia bersikap menuruti pengaruh itu dikarenakan sikap tersebut sesuai dengan apa yang dipercayai dan sesuai dengan sistem nilai yang dianut.

d. Model Sikap Fishbein

Rosenberg dan Fishbein adalah pelopor sikap baru yang telah mengatasi beberapa kelemahan teori-teori terdahulu. Model Sikap Fishbein yaitu orang membentuk sikap terhadap obyek berdasar kepercayaan. Kepercayaan diperoleh dengan memproses informasi yang diperoleh dari pengalaman langsung terhadap obyek dan komunikasi tentang kepercayaan yang diperoleh dari sumber lain. Proses informasi membawa pengetahuan atau kepercayaan tentang

produk dan sebaliknya akan menuntun sikap yang terlibat didalam menilai atau mengevaluasi produk.

Seseorang akan memproses informasi dan membentuk kepercayaan tentang sifat-sifat positif atau negatif berdasarkan kepercayaan yang dimiliki. Didalam membentuk sikap secara kescluruhan terhadap obyek,menentukan kepercayaan yang sangat relevan ini disebut Salient Beliefs (Kepercayaan yang sangat).

Model Fishbein disusun sehingga sikap seseorang secara keseluruhan terhadap beberapa obyek diperoleh dari kepercayaan evaluasi (penilaian) tentang berbagai obyek. Dan dalam pengukuran skala Bipolar (skala yang mempunyai dua kutub).

e. Ciri-ciri Sikap

Menurut W.A Gerungan,sikap mempunyai beberapa ciri yaitu sebagai berikut :

a) Sikap bukan merupakan pembawaan manusia sejak lahir melainkan dibentuk atau dipelajari sepanjang perkembangan orang lain itu dalam hubungan dengan obyeknya.

b) Sikap dapat berubah-ubah,oleh karena itu sikap dapat dipelajari orang-orang sikap itu dapat berubah-ubah pada orang-orang bila terdapat keadaan-keadaan dan syarat-syarat tertentu yang mempermudah sikap pada orang lain.

c) Sikap itu berdiri sendiri dan senantiasa mengandung hubungan tertentu terhadap obyek.

d) Obyek sikap merupakan suatu hal tertentu,tetapi juga kumpulan dari hal-hal tersebut. Jadi sikap dapat berkenaan sederetan obyek-obyek yang serupa.

e) Sikap mempunyai segi-segi motivasi dan segi-segi perasaan. Sifat inilah yang membeda-bedakan sikap daripada kecakapan-kecakapan atau pengetahuan-pengetahuan yang dimiliki orang.

f. Karakteristik-karakteristik Sikap

Sikap mempunyai empat karakteristik,menurut James F.Engel yaitu :

a) Sikap yang memiliki obyek

Artinya selalu mempunyai hal yang dianggap penting. Obyek sikap dapat berupa konsep abstrak seperti Konsumerisme, atau berupa sesuatu yang nyata.

b) Sikap memiliki arah,derajat dan intensitas

Artinya sikap seseorang terhadap suatu obyek akan menunjukkan suatu arah terhadap suatu obyek. Arah seseorang terhadap obyek dapat mendekat atau menjauh.

c) Sikap mempunyai struktur

Artinya sikap merupakan kerangka organisasi dari beberapa sikap yang ada pada seseorang,didalamnya terdapat sejumlah sikap yang tergabung membentuk rangkaian yang kompleks.

d) Sikap merupakan proses yang dipelajari

Artinya sikap dibentuk dari pengalaman individu terhadap realita,pengalaman dapat bersifat langsung atau tidak langsung.

Hubungan Sikap-Perilaku

Model-model yang sikap yang berkembang akan mempunyai relevansi bagi para pemasar jika model itu mampu mempredikasi perilaku konsumen. Dengan perkataan lain,sejauh mana sikap konsumen mampu dijadikan dasar untuk memprediksi perilakunya. Hal ini berkaitan dengan keberhasilan para pemasar dalam melakukan penjualan produknya. Ketika sikap tidak bisa dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku,pemasar akan kesulitan dalam menyusun strategi pemasarannya. Untuk mengetahui bagaimana sikap bisa memprediksi perilaku,berikut ini disampaikan teori *Reasoned Action* dari Fishbein. Teori ini merupakan perluasan dari model atribut.

Dalam teori *reasoned action* yang dikutip Assael (1992),Fishbein menjelaskan sebagai berikut :

Seorang wanita mungkin percaya bahwa permadani yang "tebal" adalah "hangat","nyaman" dan prestisius,dan oleh karena dia menilai secara positif atribut-atribut itu,memungkinkan dia mempunyai sikap positif terhadap permadani yang tebal. Bagaimanapun,apa yang Anda pikirkan akibatnya dari pembelian karpet tebal,untuk seorang wanita jika dia memounyai dua anjing,seekor kucing dan tiga anak di bawah senbilan tahun ?

Dari penjelasan diatas,bahwa terdapat situasi ketika seseorang mempunyai sikap positif terhadap suatu obyek (merek produk),tetapi sikap tersebut tidak disertai dengan perilaku pembelian. Perbedaan sikap dengan perilaku disebabkan oleh banyak alasan. Pada penjelasan Fishbein diatas,perilaku yang mungkin dilakukan oleh seorang wanita yaitu dengan tidak melakukan pembelian permadani tebal karena akan sulit memelihara kebersihan permadani itu jika di rumahnya ada dua ekor anjing,kucing dan anak kecil.

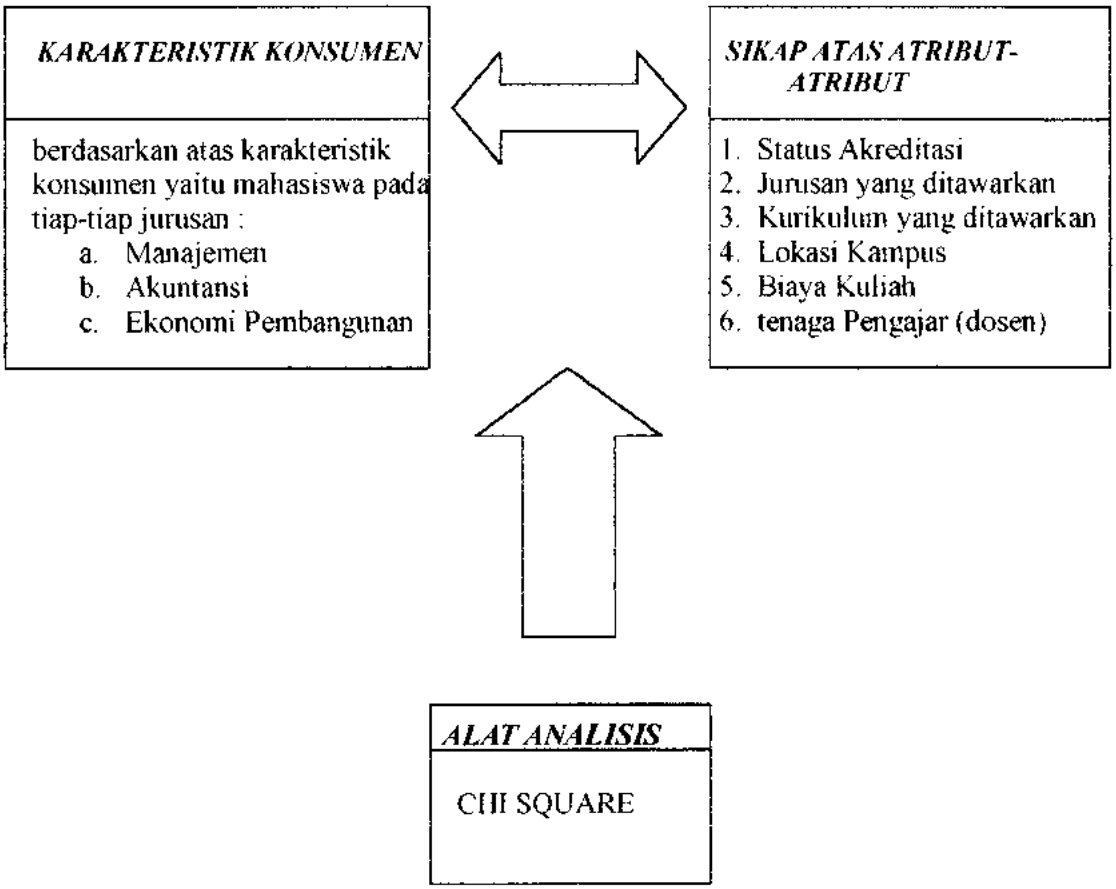
Kondisi yang sama juga sangat mungkin terjadi pada produk-produk mewah yang secara umum orang akan bersifat positif. Misalnya siapa orangnya yang tak menyukai mobil Mercedez Benz atau BMW,rumah besar dengan taman yang indah,tinggal di pemukiman yang nyaman dan asri. Namun demikian,sikap positif tersebut oleh kebanyakan konsumen akan sulit direalisasikan dalam perilaku pembelian karena berbagai alasan,misalnya tidak tersedia uang yang cukup untuk membeli produk-produk seperti itu.

2.2 Kerangka Pemikiran

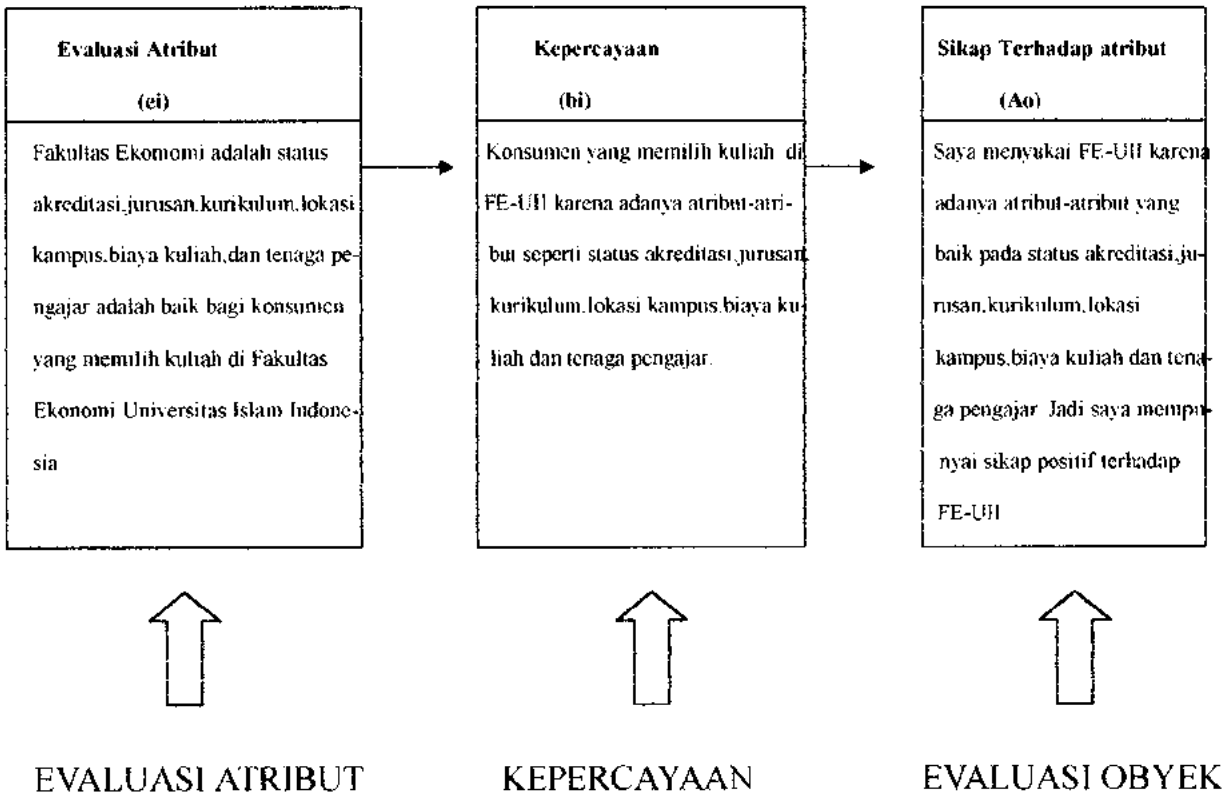
Garis besar dalam penelitian ini adalah menentukan obyek yang diteliti dengan melihat pengamatan secara langsung. Kemudian langkah berikutnya yaitu menilai akan sikap konsumen atas atribut-atribut berdasarkan karakteristik konsumen yaitu mahasiswa pada masing-masing jurusan. Adapun penilaian sikap konsumen terhadap atribut-atributnya seperti status akreditasi,jurusan yang ditawarkan,kurikulum yang ditawarkan,lokasi kampus,biaya kuliah, dan tenaga pengajar (dosen) yang ada pada lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Atribut-atribut ini didapat dari hasil penelitian lain yang menggunakan atribut-atribut ini dan pengamatan langsung terhadap obyek yang lainnya yang sekiranya dapat untuk dijadikan tambahan dalam penelitian ini. Dimana judul dari hasil penelitian yang lalu ada pada Kajian Pustaka. Kemudian dengan penghitungan valid dan reliable pada variable yang akan diteliti,yaitu valid dengan taraf signifikansi 1%.

Untuk penganalisaan sikap konsumen terhadap variabel yang berupa atribut-atribut,digunakan analisa kuantitatif dengan "Fishbein Attitude Model". Sedangkan untuk mengetahui terjadi atau tidaknya hubungan antara sikap konsumen terhadap variabel yang berupa atribut-atribut digunakan analisa "Chi Square". Hasil dari pemecahan masalah tersebut lalu ditarik suatu kesimpulan yang akan dijadikan sebagai masukan bagi pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Model kerangka pemikiran



Model Fishbein



2.3 Formulasi Hipotesis

Hipotesis adalah suatu kondisi atau prinsip untuk sementara waktu yang dianggap benar supaya dapat ditarik suatu kesimpulan yang logis, dan dengan hipotesis dapat diadakan penguiian tentang kebenarannya dengan menggunakan data hasil penelitian (Sumadi Suryabrata,1993,P:30).

Untuk penelitian ini maka hipotesis yang diajukan adalah :

1) Sikap mahasiswa adalah baik terhadap atribut-atribut yang ditawarkan yang mendorong mahasiswa dalam memilih kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2) Atribut yang paling dominan yang mendorong mahasiswa dalam memilih kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia adalah status akreditasi.
3) Ada perbedaan sikap dilihat dari karakteristik konsumen pada jurusan mahasiswa terhadap pemilihan kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi tempat penelitian ini dilakukan adalah di fakultas ekonomi UII Condong Catur, Depok Sleman, Yogyakarta. FE UII didirikan oleh Badan Wakaf UII pada tanggal 10 Maret 1948 (27 Rajab 1367 H). Pada awal berdirinya, FE UII memiliki tiga jurusan yaitu: Jurusan Ketatanegaraan, Jurusan Umum, dan Jurusan Perusahaan. Pada tahun 1964, Jurusan ketatanegaraan dan jurusan umum ditutup. Dengan demikian selama tahun 1964 sampai tahun 1980 FE UII hanya memiliki satu jurusan yaitu jurusan perusahaan.

Seiring dengan laju pembangunan di Indonesia dan perkembangan ilmu pengetahuan, pada tahun akademi 1980/1981 FE UII membuka program studi Akuntansi. Setelah itu, pada tahun akademi 1990/1991 FE UII membuka program studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan (IESP). Selanjutnya, sesuai dengan SK Mendikbud R.I No. 0313/V/1994 tentang kurikulum nasional, nama Prodi IESP diubah menjadi Prodi Ekonomi Pembangunan. Sampai saat ini FE UII memiliki tiga prodi yaitu Prodi Manajemen, Prodi Akuntansi, Prodi Ekonomi Pembangunan

3.2 Variabel Penelitian

Variabel diartikan sebagai segala sesuatu yang akan menjadi obyek pengamatan penelitian. Sering pula dinyatakan variabel penelitian itu sebagai faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini variabelnya adalah :

1) Variabel sikap konsumen pada keputusan dalam memilih FE UII
2) Variabel yang berupa atribut-atribut,antara lain :
    a. Status akreditasi
    b. Jurusan yang ditawarkan
    c. Kurikulum yang ditawarkan
    d. Lokasi kampus
    e. Biaya kuliah
    f. Tenaga pengajar (dosen)

Pemilihan dari 6 variabel yang ada diatas merupakan pilihan yang paling menonjol dalam pasar menurut dari keinginan responden sebelumnya dengan menggunakan uji angket pendahuluan. Dimana uji angket pendahuluan ini dilakukan pada 15 responden pendahuluan.

3.3 Definisi Operasional Variabel

1) Variabel sikap konsumen pada keputusan dalam memilih FE-UII dalam penelitian ini berkaitan sikap konsumen terhadap peran-peran.
2) Variabel yang berupa atribut-atribut :
    a. Status akreditasi

Variabel pada status akreditasi ini berkaitan dengan kualitas pendidikan yang ditawarkan atau peringkat bobot pendidikan yang ada pada universitas tersebut.

b. Jurusan yang ditawarkan

Variabel pada jurusan yang ditawarkan ini berkaitan dengan berapa jurusan yang ditawarkan oleh satu fakultas yaitu Fakultas Ekonomi,seperti manajemen,akuntansi,dan ilmu ekonomi studi pembangunan yang dimana itu salah satu yang dapat menarik konsumen.

c. Kurikulum yang ditawarkan

Variabel pada kurikulum yang ditawarkan ini berkaitan dengan sistem kurikulum yang cepat dengan sistem SKS,dan dapat memprediksikan sejauh mana mahasiswa mengambil mata kuliah dengan yang diingikannya serta dapat juga memprediksikan seberapa cepat dia sampai lulus.

d. Lokasi kampus

Variabel pada lokasi kampus ini berkaitan dengan tempat atau lokasi yang strategis sehingga dapat dijangkau oleh semua aspek yang mempunyai kepentingan dan mempunyai rasa kenyamanan untuk belajar disana.

e. Biaya kuliah

Variabel pada biaya kuliah dan cara pembayaran ini berkaitan dengan harga SPP dan SKS untuk per semester dianggap tidak

terlalu mahal apabila dibandingkan dengan universitas lain yang ada di Yogyakarta. Sedangkan pada lingkungan internal di UII dianggap bahwa Fakultas Ekonomi dianggap juga tidak terlalu mahal biaya kuliahnya (SPP dan SKS) apabila dibandingkan dengan fakultas yang lainnya.

f. Tenaga pengajar (dosen)

Variabel pada tenaga pengajar (dosen) ini berkaitan dengan kualitas dari para pengajarnya tersebut. Apakah tenaga pengajarnya dari lulusan yang berkualitas baik dalam negeri maupun luar negeri.

3.4 Instrumen atau Alat Pengumpul Data

1) Bentuk Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab.

2) Skala Likert

Pada skala Likert ini,responden menjawab pertanyaan atau pernyataan penelitian dengan menggunakan tanda silang (x) atau tanda ceklis (v),pada alternatif jawaban yang disediakan dengan 3 kemungkinan yang tersedia. Jawaban yang tersedia tersebut dibuat dalam beberapa pilihan yaitu Setuju (S) dengan bobot nilai 3,Netral (N) dengan bobot nilai 2,Tidak Setuju (TS) dengan bobot nilai 1. Dari jawaban responden kemudian diberikan penilaian umum maka sudah dapat diolah data kuantitatifnya.

3) Uji Validitas dan Reabilitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang akan diukur. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa cermat suatu test melakukan fungsi ukurnya. Semakin tinggi validitas suatu alat ukur,semakin tepat pula alat ukur tersebut menuju sasarannya. Pengujian validitas daftar pertanyaan dilakukan dengan mengkorelasikan skor pada masing-masing item dengan skor totalnya. Teknik korelasi seperti ini dikenal dengan teknik korelasi *Product Moment.*

Sedangkan reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi merupakan pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (reliabel). Pengujian reliabilitas ini dilakukan hanya pada item-item pertanyaan yang sudah valid saja.

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan komputer melalui paket seri Progrm Statistik (SPSS-2000).

Suatu alat ukur harus mempunyai validitas dan reliabilitas yang baik. Jika suatu alat ukur tidak memiliki validitas dan reliabilitas yang baik,maka penelitian yang telah dilakukan tidak sah dan perlu ditinjau kembali.

3.5 Data dan Tehnik Pengambilan Sampel

Data yang Diperlukan adalah :

Data Primer :

adalah materi informasi yang diperoleh peneliti secara langsung di tempat yang menjadi objek penelitian (Basu Swastha,1984,P:294).

Tehnik Pengujian Data yang diperlukan adalah :

1. Metode Angket (kuesioner)

   adalah metode pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan yang disusun dalam daftar pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian. Pengujian data dilaksanakan di lapangan selama 2 hari,yaitu dari tanggal 18 sampai 19 Mei 2004.

2. Studi Pustaka

   yaitu memahami dan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan masalah-masalah yang dibahas dalam penelitian.

3.6 Populasi,Sampel,dan Metode Pengambilan Sampel

1. Populasi

   Adalah Jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang terdiri dari tiga jurusan,yaitu Manajemen,Akuntansi dan Ilmu Ekonomi Pembangunan yang telah melakukan key-in pada semester genap pada periode 2003/2004 dan sebagai mahasiswa aktif

Data Jumlah mahasiswa semester genap pada periode 2003/2004 dari berbagai angkatan tahun :

Tabel 3.1 Data Jumlah Mahasiswa yang sudah Key-in

Angkatan Tahun	Ekon. Manaj.	Ekon. Akunt.	IESP	Ekon. Manaj.Inter.	Ekon. Akunt. Inter.	IESP Inter.
1987	1					
1988	2					
1989	1					
1990	4					
1991	0	3	1			
1992	12	2	0			
1993	9	18	0			
1994	18	10	17			
1995	35	43	17			
1996	53	71	35			
1997	155	184	32	12	5	
1998	372	403	107	20	25	
1999	397	395	165	31	25	8
Jumlah	1059	1129	374	63	55	8
2000	377	403	151	35	15	6
2001	443	422	189	45	21	7
2002	399	245	155	36	27	12
2003	451	345	112	51	39	11
Jumlah	1670	1415	607	167	102	36
Jumlah Seluruh	2729	2544	981	230	157	44

2. Data

Merupakan kumpulan elemen yang merupakan bagian kecil dari populasi. Dalam penelitian ini subyek yang akan diteliti adalah sebanyak 85 responden yang merupakan dari keseluruhan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang terdiri dari tiga jurusan yaitu Manajemen,Akuntansi dan Ilmu Ekonomi. Dengan melakukan penelitian sebanyak 85 responden ini penulis mempunyai beberapa alasan dimana salah satunya itu sudah dianggap mewakili dari

keseluruhan populasi yang ada pada seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi UII dan alasan keduanya adalah karena keterbatasan waktu,tenaga,dan biaya yang diperlukan.

Proses Pengambilan Sampel

Proses pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *Metode Cluster Sampling Proporsional*,yaitu dimana jumlah subyek yang akan diteliti ditentukan terlebih dahulu menurut kelompoknya yang homogen kemudian dijadikan responden menurut proporsinya atau secara berimbang.

Dengan perincian sampel yang akan diambil dari masing-masing angkatan yang ada sebagai berikut :

- Jurusan Manajemen : 2959 mahasiswa
- Jurusan Akuntansi : 2701 mahasiswa
- Jurusan Ilmu Ekonomi Pembangunan : 1025 mahasiswa

Jumlah 6685 mahasiswa

Berikutnya adalah menentukan masing-masing jurusan yang akan dijadikan sampel :

- Jurusan manajemen : $\frac{2959}{6685} \times 85 = 37{,}6 = 38$
- Jurusan akuntansi : $\frac{2701}{6685} \times 85 = 34{,}5 = 34$
- Jurusan ilmu ekonomi pembangunan : $\frac{1025}{6685} \times 85 = 13{,}03 = 13$

3.7 Metode Analisis Data

1. Analisa Kualitatif

Adalah analisa yang menjelaskan hasil dari analisa kuantitatif,yaitu analisa yang didasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari responden dengan menggunakan daftar pertanyaan.

2. Analisa Kuantitatif

Adalah analisa yang mengacu pada perhitungan data penelitian yang berupa angka-angka. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1) Model Fishbein

Model ini merupakan model multi atribut yang mengemukakan bahwa sikap konsumen pada sekelompok atribut tertentu didasarkan pada tingkat kepercayaan yang diinginkan konsumen mengenai atribut objek yang bersangkutan yang diberi bobot oleh evaluasi terhadap atribut ini.

Rumusnya :

$$Ao = \sum_{i=1}^{n} bi \; X \; ei$$

dimana :

Ao = Sikap terhadap objek

bi = Kekuatan kepercayaan bahwa objek memiliki atribut i

ei = Evaluasi mengenai atribut i

n = Jumlah atribut yang menonjol

Langkah-langkah dalam penyelesaian Model Fishbein :

- Menentukan evaluasi terhadap objek (ei)

Dilakukan dengan cara menentukan nilai standar yang dipakai untuk empat macam penilaian dengan cara menentukan nilai standard skor untuk tiap atribut.

- Menentukan penilaian kepercayaan terhadap objek

Dilakukan dengan memberikan nilai skor yang telah ditetapkan karena jumlah responden yang didata banyak,maka perlu dicari nilai standard rata-rata (bi),dengan cara :

$$bi = \frac{3p + 2q + 1r}{pqr}$$

dimana : bi = nilai standard rata-rata

p = Jumlah responden yang memilih skor tertnggi kesatu

q = Jumlah responden yang memilih skor tertinggi kedua

r = Jumlah responden yang memilih skor tertnggi ketiga

- Menentukan indeks sikap (Ao)

Ao = ei X bi

Dimana : Ao = indeks sikap konsumen

ei = nilai keyakinan pada objek

bi = nilai standard rata-rata

Indeks dapat ditentukan dengan mengkombinasikan suatu timbangan dengan sejumlah komponen.

Kriteria untuk penilaian diberi skala sebagai berikut :

3 = Setuju

2 = Netral

1 = Tidak setuju

Kriteria indeks sikap :

→ Jika nilai indeks sikap 1 sampai dengan 2,5 kurang baik (negatif)

→ Jika nilai indeks sikap 2,6 sampai dengan 4 baik (positif)

- Setelah indeks sikap konsumen diketahui,maka kemudian dijumlahkan terhadap indeks sikap atribut. Sehingga dapat diketahui sikap konsumen terhadap suatu objek.

2) Chi-Square

Dalam penelitian ini menggunakan Chi-square. Analisa ini digunakan untuk menguji hipotesis beda proporsi. Maksudnya untuk mencari hubungan antara varibel-variabel penelitian yang digolongkan dalam dua kategori atau lebih,juga dalam rangka pengujian hipotesisnya. Dalam penelitian ini yang diukur adalah hubungan antara karakteristik konsumen dengan atribut yang mempengaruhi perilaku konsumen. Dengan rumusnya (Zaenal Mustafa;1986;P: 91) :

$$X^2 = \sum_{i=1}^{n} \frac{(fo-fh)^2}{fh}$$

Dimana :

X^2 = Nilai Chi-square

Fo = Frekuensi yang diperoleh oleh responden

Fh = Frekuensi yang diharapkan dalam sampel dalam sampel sebagai pencerminan dari frekuensi yang diharapkan dalam populasi. (Zacnal Mustafa;1986;P: 92)

Adapun untuk mencari Fh,digunakan rumus sebagai berikut :

$$Fh = \frac{\text{(Jumlah kolom) X (Jumlah baris)}}{\text{Total sampel}}$$

Dalam kaitannya dengan uji Chi-square sebagai alat yang dapat digunakan untuk mengetahui hipotesis,apakah hipoesisnya dapat diterima atau ditolak,maka berikut ini langkah-langkah pengujian hipotesis tersebut :

1) Perumusan hipotesis

   Ho = Ada perbedaan sikap terhadap pemilihan konsumen untuk kuliah di FE-UII

   Ha = Tidak ada perbedaan sikap terhadap pemilihan konsumen untuk kuliah di FE-UII

2) Memilih tingkat signifikansi

   Tingkat signifikansi dan beberapa kriteria yang digunakan menentukan nilai pembatas antara daerah penerimaan Ho dan dacrah penolakan Ho. Sebelum menentukan tingkat signifikansi dilakukan perhitungan (df),yaitu derajat kebebasan. Dengan rumusnya sebagai berikut :

   $$df = (i-1)(j-1)$$

i = Jumlah baris

j = Jumlah kolom

Setelah itu ditentukan taraf signifikansi. Pengujian ini dilakukan dengan taraf signifikansi sebesar 5 %

3) Mencari harga X^2 tabel dengan menggunakan daftar tabel X^2

4) Memutuskan hipotesis yang diuji,dimana :

   a) Ho ditolak,Ha diterima jika :

      $X^2 \geq X^2$ tabel (α), (i-1) (j-1)

   b) Ho diterima,Ha ditolak jika :

      $X^2 \leq X^2$ tabel (α), (i-1) (j-1)

5) Menghitung Derajat Koefisien kontingensi

   Yaitu, merupakan salah satu cara untuk mengetahui erat tidaknya hubungan antara 2 variabel yang digolongkan dalam beberapa kategori. Ini dilakukan apabila hasil perhitungan dari Chi Square menyatakan tidak ada hubungan,maka tidak perlu dilakukan perhitungan koefisien kontingensi diantara variabel-variabel tersebut. Apabila ada dilakukan perhitungan ini. Besarnya harga KK yang diperoleh harus dibandingkan dengan Koefisien kontingensi Maksimum (KK maks).

   Rumus koefisien kontingensi (Zaenal Mustafa;1986;P: 122)

$$KK = \sqrt{\frac{x^2}{x^2+n}}$$

   Keterangan :

KK = Koefisien Kontingensi

X^2 = harga x^2

n = banyaknya sampel yang digunakan

Rumus Koefisien Kontingensi Maksimum :

$$KK\ maks = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

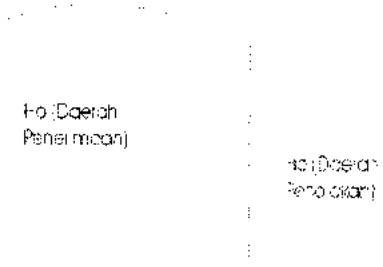
Keterangan :

m = harga minimum antara jumlah baris dan jumlah sampel

Derajat hubungan kedua variabel tersebut terdiri dari :

- Jika KK mendekati KKmaks berarti ada hubungan yang erat antarkedua variabel.
- Jika KK menjauhi KKmaks berarti kedua variabel tidak ada hubungan yang erat.

Bentuk gambar dari rumusan pengujian hipotesis



BAB IV

ANALISIS DATA

Pada bab ini akan diuraikan semua data yang diperoleh selama penelitian yang dilakukan di FE-UII. Adapun data yang disajikan diperoleh penulis berdasarkan angket yang disebar kepada mahasiswa pada masing-masing jurusan yaitu Manajemen,Akuntansi Ekonomi Pembangunan. Dalam penelitian mengenai sikap konsumen terhadap keputusan memilih FE-UII di Yogyakarta ini,dengan menerapkan pendekatan analisis deskriptif,analisis indeks sikap dan analisis Chi Square.

Analisis deskkriptif dilakukan dengan menjelaskan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner yang berhubungan tentang masing-masing karakteristik konsumen yang berhasil yang dikumpulkan serta masing-masing atribut yang meliputi status akreditasi,jurusan yang ditawarkan,kurikulum yang ditawarkan,lokasi kampus,biaya kuliah,dan tenaga pengajar (dosen).

Analisis Chi Square dilakukan untuk menguji hipotesis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis statistik Chi Square (X^2) dalam penelitian ini,digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan penilaian responden terhadap masing-masing atribut berdasarkan perbedaan karakteristik responden. Atribut dalam penelitian ini adalah atribut status akreditasi,jurusan yang ditawarkan,kurikulum yang ditawarkan,lokasi kampus,biaya kuliah,tenaga pengajar (dosen),sedangkan karakteristik responden adalah berdasarkan jurusan yang dipilih yang meliputi jurusan Manajemen,Akuntansi,Ekonomi

Pembangunan. Sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan jumlah perwakilan pada Manajemen sebanyak 44 responden,Akuntansi sebanyak 41 responden,Ekonomi Pembangunan sebanyak 15 responden.

4.1 Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif dilakukan berdasarkan jawaban,responden melalui kuesioner dimana pengumpulan data dan pengolahannya disajikan dalam bentuk angka dalam tabel. Analisis yang digunakan disini adalah analisis prosentase dimana perbandingan jumlah responden yang memilih dari setiap atribut dengan jumlah responden secara keseluruhan kemudian dikalikan 100 %.

4.1.1 Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Pria	38	44,7%
Wanita	47	55,3%

Sumber : data primer

Berdasarkan data diatas dapat kita ketahui dari 85 responden yang ada berdasarkan gender yaitu sebagian besar adalah wanita yaitu sebesar 47 responden dengan tingkat prosentase 55,3 % sedangkan dari jenis kelamin pria sebanyak 38 responden dengan tingkat prosentase 44,7 %. Jadi bisa dikatakan bahwa responden yang paling banyak adalah dari wanita.

b. Usia Responden

Tabel 4.2

Usia Responden	Frekuensi	%
19 - 22 tahun	69	81,2%
23 - 26 tahun	14	16,5%
lebih dari 26 tahun	2	2,4%

Sumber : data primer

Dari hasil pengklasifikasian mengenai umur responden yang diambil dari 85 responden yang digunakan sebagai sampel,ternyata yang paling banyak dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Unversitas Islam Indonesia adalah yang mempunyai umur antara 19 sampai 22 tahun yaitu sebanyak 69 responden dengan tingkat prosentase 81,2 %,kemudian disusul oleh responden yang mempunyai umur 23 sampai 26 tahun yaitu sebanyak 14 responden dengan tingkat prosentase 16,5 %. Dan yang terakhir yaitu responden yang berumur lebih dari 26 tahun yaitu sebanyak 2 responden dengan tingkat prosentase 2,4 %.

c. Uang Saku Responden

Tabel 4.3

Uang Saku Responden	Frekuensi	%
kurang dari Rp 500.000	47	55,3%
Rp 500.000 - Rp 1.000.000	34	40%
lebih dari Rp 1.000.000	4	4,7%

Sumber : data primer

Dengan data yang didapat diatas diperoleh bahwa responden yang mempunyai uang saku terbanyak dari para mahasiswa FE-UII pada level uang saku kurang dari Rp 500.00 dalam satu bulan yaitu sebanyak 47

responden dengan tingkat prosentase 55,3 %. Kemudian diikuti responden yang mempunyai uang saku diantara Rp 500.000 sampai Rp 1.000.000 dalam satu bulan dengan jumlah sebanyak 34 responden dengan tingkat prosentase 40 %. Dan yang terakhir adalah responden yang mempunyai uang saku lebih dari Rp 1.000.000 dalam satu bulan sebanyak 4 responden dengan tingkat prosentase 4,7 %

d. Pekerjaan Orang Tua Responden

Tabel 4.4

Pekerjaan Orang Tua Responden	Frekuensi	%
Pegawai Negeri	43	50,6%
Pegawai Swasta	17	20%
Wiraswasta	22	25,9%
TNI/Purnawirawan	3	3,5%

Sumber : data primer

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden memiliki orang tua yang bekerja sebagai pegawai negeri dengan jumlah responden sebanyak 43 dengan tingkat prosentase 50,6 %. Kemudian diikuti oleh responden yang mempunyai orang tua yang bekerja sebagai wiraswasta dengan jumlah responden sebanyak 22 dengan tingkat prosentase 25,9 %. Selanjutnya diikuti oleh responden yang mempunyai orang tua yang bekerja sebagai pegawai swasta dengan jumlah responden sebanyak 17 dengan tingkat prosentase 20 %. Dan yang terakhir adalah responden yang mempunyai orang tua yang bekerja sebagai TNI/Purnawirawan dengan jumlah responden sebanyak 3 dengan tingkat prosentase 3,5 %.

e. Jurusan Responden

Tabel 4.5

Jurusan Responden	Frekuensi	%
Manajemen	38	44,7%
Akuntansi	34	40%
Ekonomi pembangunan	13	15,3%

Sumber : data primer

Dengan mengetahui jumlah jurusan responden sangat berarti untuk mengetahui penilaian responden terhadap atribut-atribut. Jumlah responden yang paling mendominan adalah dari manajemen dengan jumlah responden sebanyak 38 dengan tingkat prosentase 44,7 %,kemudian diikuti dari Akuntansi dengan jumlah responden sebanyak 34 dengan tingkat prosentase 40 %. Dan yang terakhir dari jurusan Ekonomi Pembangunan dengan jumlah responden sebanyak 13 dengan tingkat prosentase 15,3 %.

f. Sumber Informasi Responden

Tabel 4.6

Jurusan Responden	Frekuensi	%
dari orang tua	12	14,1%
dari saudara	21	24,7%
dari teman	22	28,2%
dari media massa	6	7,1%
tahu sendiri	24	28,2%

Sumber : data primer

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden dalam mendapatkan informasi tentang FE-UII berasal dari dirinya sendiri dengan jumlah responden 24 dengan tingkat prosentase 28,2 %. Kemudian diikuti oleh responden yang mengetahui informasi

dari saudara dan teman dengan jumlah responden sebanyak 21 dan 22 dengan tingkat prosentase 24,7 % dan 25,9%. Terus yang ketiga responden mendapatkan informasi dari orang tua dengan jumlah responden sebanyak 12 dengan tingkat prosentase 14,1 %. Dan yang terakhir responden mendapatkan informasi dari media massa dengan jumlah responden sebanyak 6 dengan tingkat prosentase 7,1 %.

4.1.2 Atribut Dominan Konsumen dalam Memilih Lembaga Pendidikan FE-UII

Untuk mengetahui atribut yang dominan dalam memilih Lembaga Pendidikan FE-UII,maka responden diberikan pertanyaan tentang penilaian mengenai pertimbangan keputusan untuk memilih Lembaga Pendidikan FE-UII. Responden diminta untuk memilih salah satu dari tujuh atribut. Urutan atribut yang paling berpengaruh untuk masing-masing atribut dapat dilihat dalam tabel 4.7 dibawah ini :

Variabel	Responden	%	Bobot
Status akreditasi	44	51%	0,51
Jurusan yang ditawarkan	15	18%	0,18
Kurikulum yang ditawarkan	6	7%	0,07
Lokasi kampus	1	1%	0,01
Biaya kuliah	9	11%	0,11
Tenaga pengajar (dosen)	10	12%	0,12
Total	85		

Dari beberapa variabel diatas dapat dijelaskan bahwa dari 85 responden yang ada yang memilih satu variable yang paling berpengaruh paling banyak pada status akreditasi dengan jumlah responden sebanyak 44 dengan tingkat prosentase 51 %. Kemudian diikuti dengan variabel jurusan yang

ada pada FE-UII dengan jumlah responden sebanyak 15 dengan tingkat prosentase 18 %. Selanjutnya tenaga pengajar (dosen) menjadi pilihan yang berpengaruh bagi 10 responden yang memilihnya dengan tingkat prosentase 12 %. Untuk pilihan yang keempat yaitu biaya kuliah bagi responden yang memilihnya dengan jumlah sebanyak 9 dengan tingkat prosentase sebanyak 11 %. Dan untuk yang terakhir bagi variabel kurikulum dan lokasi kampus yang memilihnya karena berpengaruh masing-masing sebanyak 6 dan 1 responden dengan tingkat prosentase 7 % dan 1 %.

4.1.3 Penilaian Responden Terhadap Status Akreditasi

Tabel 4.8

Penilaian	Responden	%
Setuju	36	42%
Netral	30	35%
Tidak setuju	19	23%
Total	85	100%

Dari 85 responden yang memilih status akreditasi sebagai atribut pada FE-UII dengan yang menyatakan setuju sebanyak 36 responden dengan tingkat prosentase 42 %. Kemudian yang menyatakan tidak setuju atas pilihannya sebanyak 30 dengan tingkat prosentase sebesar 35 %. Dan sisanya sebanyak 19 responden dengan tingkat 23 % memilih netral atas pilihannya tersebut.

4.1.4 Penilaian Responden Terhadap Jurusan Yang Ditawarkan

Tabel 4.9

Penilaian	Responden	%
Setuju	40	47%
Netral	37	44%
Tidak setuju	6	9%
Total	85	100%

Dari tabel 4.9 diatas terlihat bahwa responden yang memilih jurusan yang ditawarkan dari 85 responden yang ada menyatakan,bahwa sebagian besar menyatakan setuju atas jurusan yang ditawarkan oleh pihak Fakultas. Dengan tingkat prosentase sebesar 47 % dengan 40 responden yang memilihnya. Sedangkan yang menyatakan tidak setuju atas pilihannya tersebut sebanyak 6 responden dengan tingkat prosentase 9 %. Dan untuk sisanya sebanyak 37 responden dengan tingkat prosentase 44 % menyatakan netral atas pilihannya tersebut.

4.1.5 Pilihan Responden Terhadap Kurikulum yang Ditawarkan

Tabel 4.10

Penilaian	Responden	%
Setuju	42	49,4%
Netral	29	34,1%
Tidak setuju	14	16,5%
Total	85	100%

Dari tabel 4.10 menunjukkan bahwa mayoritas responden yang memilih kurikulum yang ditawarkan oleh pihak fakultas menyatakan setuju. Dimana yang memilih setuju atas pilihan tersebut sebanyak 42 responden dengan tingkat prosentase 49,4 %,dan sebanyak 29 responden yang menyatakan mereka netral atas pilihan tersebut dengan tingkat prosentase 34,1 %. Serta

sisanya sebanyak 14 responden menyatakan tidak setuju atas pihannya dengan tingkat prosentase 16,5 %.

4.1.6 Pilihan Responden Terhadap Lokasi Kampus

Tabel 4.11

Penilaian	Responden	%
Setuju	36	42,4%
Netral	37	43,5%
Tidak setuju	12	14,1%
Total	85	100%

Dari hasil pengklasifikasian yang ada atas pilihan 85 responden terhadap lokasi kampus sebagian besar menunjukan sikap yang setuju. Yang memilih setuju atas pilihan tersebut sebanyak 36 responden dengan tingkat prosentase 42,4 %. Kemudian yang menyatakan tidak setuju atas pilihan tersebut sebanyak 12 responden dengan tingkat prosentase 14,1 %. Dan yang menyatakan netral atas pilihan tersebut sebanyak 37 responden dengan tingkat prosentase 43,5 %.

4.1.7 Pilihan Responden Terhadap Biaya Kuliah I

Tabel 4.12

Penilaian	Responden	%
Setuju	43	50,6%
Netral	29	34,1%
Tidak setuju	13	15,3%
Total	85	100%

Pada tabel 4.12 diatas sebagian besar dari responden sebanyak 43 dengan tingkat prosentase 50,6 % menyatakan setuju atas pilihan tentang

biaya kuliah apabila dibandingkan dengan fakultas lain pada lingkungan UII tersebut. Kemudian 29 responden menyatakan tidak setuju atas pilihan biaya kuliah tersebut dengan tingkat prosentase 34,1 %. Dan sisanya menyatakan tidak setuju atas pilihan tersebut dengan ditunjukkan pada tingkat prosentase 15,3 %.

4.1.8 Pilihan Responden Terhadap Biaya Kuliah II

Tabel 4.13

Penilaian	Responden	%
Setuju	40	47,1%
Netral	34	40%
Tidak setuju	11	12,9%
Total	85	100%

Dari tabel 4.13 diatas dari 85 responden yang ada menunjukkan 40 responden (47,1 %) menyatakan setuju bahwa biaya kuliah yang ada pada FE-UII sama dengan biaya kuliah pada Universitas swasta lain pada umumnya. Dan 11 responden yang lain menjawab tidak setuju atas pilihan tersebut dengan tingkat prosentase 12,9 %. Serta sisanya sebanyak 34 responden memilih netral atas pilihan tersebut dengan tingkat prosentase 40 %.

4.1.9 Pilihan Responden Terhadap Tenaga Pengajar (Dosen)

Tabel 4.14

Penilaian	Responden	%
Setuju	43	50,6 %
Netral	32	37,6%
Tidak setuju	10	11,8 %
Total	85	100%

Pada tabel 4.14 diatas dimana tenaga pengajar (dosen) mempunyai standar kualitas yang tinggi dalam memberikan pendidikan kepada para mahasiswa. Ini dapat ditunjukkan dengan tingkat prosentase 50,6 % menyatakan setuju atas pilihan tersebut. Akan tetapi 32 responden lain dengan tingkat prosentase 37,6 % menyatakan netral apabila dosen mempunyai standar kualitas yang tinggi dalam memberikan pendidikan kepada para mahasiswa. Dan sisanya sebanyak 10 responden dengan tingkat 11,8 % menyatakan tidak setuju atas pilihan tersebut.

4.2 Analisa Kuantitatif

4.2.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang akan diukur. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa cermat suatu test melakukan fungsi ukurnya. Semakin tinggi validitas suatu alat ukur,semakin tepat pula alat ukur tersebut menuju sasarannya. Pengujian validitas daftar pertanyaan dilakukan dengan mengkorelasikan skor pada masing-masing item dengan skor totalnya. Teknik korelasi seperti

ini dikenal dengan teknik korelasi *Product Moment*. Uji ini dilakukan pada 15 responden sebagai pendahuluan.

Dengan bantuan komputer hasil uji validitasnya sebagai berikut :

Tabel 4.15

Variabel	Score	Keterangan
Status akreditasi	0,757	valid
Jurusan yang ditawarkan	0,810	valid
Kurikulum yang ditawarkan	0,674	valid
Lokasi kampus	0,700	valid
Biaya kuliah 1	0,712	valid
Biaya kuliah 2	0,719	valid
Tenaga pengajar (dosen)	0,692	valid

Selanjutnya dari hasil perhitungan diatas masing-masing skor tiap variabel yang ada dibandingkan dengan r tabel. Dari r tabel nilai product moment pada tingkat kepercayaan 95 % (α = 0,05) adalah sebesar 0,4409. Ini berarti bahwa tingkat score pada masing-masing variabel sudah melebihi r tabel nilai product moment dengan jumlah responden pada uji angket sebesar 15 responden. Dengan demikian berarti pertanyaan yang diajukan kepada responden valid. Hal ini berarti pula alat ukur telah memiliki validitas konstrak,artinya semua pertanyaan yang ada di dalam kuesioner telah mengukur konsep yang di ukur.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi merupakan pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (reliabel). Pengujian reliabilitas ini dilakukan hanya pada item-item pertanyaan yang

sudah valid saja. Dalam pengujian reliabilitas,semakin tinggi koefisien reliabilitas yang dicapai,maka semakin dapat diandalkan alat pengukur tersebut. Sebagaimana dalam pengujian validitas dalam interprestasi reliabilitaspun tidak ada kriteria yang pasti seberapa tinggi koefisien reliabilitas dianggap memuaskan (Syaifudin Aswar,1995,P:186).

Dengan bantuan konputer dengan menggunakan program SPSS hasil uji validitas sebagao berikut :

Tabel 4.16

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
Status akreditasi	0,8209	Reliabel
Jurusan yang ditawarkan	0,8103	Reliabel
Kurikulum yang ditawarkan	0,8327	Reliabel
Lokasi kampus	0,8315	Reliabel
Biaya kuliah 1	0,8273	Reliabel
Biaya kuliah 2	0,8302	Reliabel
Tenaga pengajar (dosen)	0,8303	Reliabel

Penelitian ini menggunakan batas minimum koefisien reliabilitas sebesar 0,5. Dari hasil perhitungan dapat dikatakan bahwa semua variabel mempunyai koefisien reliabilitas yang cukup baik,yaitu diatas 0,5. Sehingga dapat dikatakan bahwa alat ukur yang dipakai dalam penelitian ini cukup reliabel.

4.2.3 Analisis Indeks Sikap

Analisis ini digunakan untuk mengetahui sikap konsumen dalam keputusannya untuk memilih Perguruan Tinggi. Pemberian skor bobot dilakukan dengan membagi setiap skor dominan dengan jumlah responden dari ketiga jurusan,kemudian mencari rata-rata dari ketujuh atribut setelah

keduanya diketahui,selanjutnya dikalikan hasilnya merupakan indeks sikap responden dalam memilih Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Tabel 4.17

Skor Penilaian Status Akreditasi

Penilaian	Skor	Frekuensi	Total Skor
Setuju	3	36	108
Netral	2	30	60
Tidak setuju	1	19	19
Total		85	187

Rata-rata skor = 2,2

Dari 85 responden yang ada dimana yang memilih setuju sebanyak 36 responden dengan nilai skor 3. Kemudian yang memilih netral dengan skor 2 sebanyak 30 responden. Dan yang terakhir yang memilih tidak setuju sebanyak 19 responden dengan nilai skor 1.

Tabel 4.18

Skor Penilaian Jurusan Yang Ditawarkan

Penilaian	Skor	Frekuensi	Total Skor
Setuju	3	40	120
Netral	2	37	74
Tidak setuju	1	8	8
Total		85	202

Rata-rata skor = 2,4

Mayoritas responden yang memilih jurusan yang ditawarkan ini memilih setuju dengan nilai skor 3 yaitu berjumlah 40 responden. Kemudian diikuti yang memilih netral dan tidak setuju dengan jumlah responden masing-masing sebanyak 37 dan 8.

Tabel 4.19

Skor Penilaian Kurikulum Yang Ditawarkan

Penilaian	Skor	Frekuensi	Total Skor
Setuju	3	42	126
Netral	2	29	58
Tidak setuju	1	14	14
Total		85	198

Rata-rata skor = 2,3

Sebagian besar responden yang ada atas pilihan jurusan yang ditawarkan ini memilih setuju dengan jumlah responden 42 dan netral dengan jumlah responden masing-masing berjumlah 29 dengan masing-masing skor 3 dan 2. Dan sisanya sebanyak 14 responden memilih tidak setuju atas pilihan tersebut dengan skor 1.

Tabel 4.20

Skor Penilaian Lokasi Kampus

Penilaian	Skor	Frekuensi	Total Skor
Setuju	3	36	108
Netral	2	37	74
Tidak setuju	1	12	12
Total		85	194

Rata-rata skor = 2,3

Mayoritas responden yang memilih lokasi kampus ini memilih setuju dengan nilai skor 3 yaitu berjumlah 36 responden. Kemudian diikuti yang 37 responden yang memilih netral atas pilihan tersebut dangan nilai skor 2. Dan sisanya mengambil langkah tidak setuju sebanyak 12 responden.

Tabel 4.21

Skor Penilaian Biaya Kuliah 1

Penilaian	Skor	Frekuensi	Total Skor
Setuju	3	43	129
Netral	2	29	58
Tidak setuju	1	13	13
Total		85	200

Rata-rata skor = 2,3

Dari 85 responden yang ada dimana yang memilih setuju sebanyak 43 responden dengan nilai skor 3. Kemudian yang memilih netral dengan skor 2 sebanyak 29 responden. Dan yang terakhir yang memilih tidak setuju sebanyak 13 responden dengan nilai skor 1.

Tabel 4.22

Skor Penilaian Biaya Kuliah 2

Penilaian	Skor	Frekuensi	Total Skor
Setuju	3	40	120
Netral	2	34	68
Tidak setuju	1	11	22
Total		85	210

Rata-rata skor = 2,5

Dari 85 responden yang ada dimana yang memilih setuju sebanyak 40 responden dengan nilai skor 3. Kemudian yang memilih netral dengan skor 2 sebanyak 34 responden. Dan yang terakhir yang memilih tidak setuju sebanyak 11 responden dengan nilai skor 1.

Tabel 4.23

Skor Penilaian Tenaga Pengajar (Dosen)

Penilaian	Skor	Frekuensi	Total Skor
Setuju	3	43	129
Netral	2	32	64
Tidak setuju	1	10	10
Total		85	203

Rata-rata skor = 2,4

Sebagian besar responden yang ada atas pilihan jurusan yang ditawarkan ini memilih setuju dengan jumlah responden 43 dan netral dengan jumlah responden berjumlah 32 dengan masing-masing skor 3 dan 2. Dan sisanya sebanyak 10 responden memilih tidak setuju atas pilihan tersebut dengan skor 1.

Maka perhitungan Indeks Sikapnya adalah :

$$Ao \quad \sum_{i=1}^{n} bi \, X \, ci$$

Penilaian konsumen terhadap atribut-atribut status akreditasi,jurusan yang ditawarkan,kurikulum yang ditawarkan,lokasi kampus,biaya kuliah dan tenaga pengajar (dosen) adalah sebagai berikut :

Tabel 4.24

Indeks Sikap

Atribut	Bobot	X	Ao = Bobot • X
Status Akreditasi	0,51	2,4	1,22
Jurusan Yang Ditawarkan	0,18	2,4	0,43
Kurikulum Yang Ditawarkan	0,07	2,8	0,26
Lokasi Kampus	0,01	2,8	0,12
Biaya Kuliah	0,11	2,4	0,36
Tenaga Pengajar (Dosen)	0,12	2,4	0,3
Total	1		2,7

Maka penilaian konsumen terhadap atribut status akreditasi,jurusan yang ditawarkan,kurikulum yang ditawarkan,lokasi kampus,biaya kuliah dan dosen adalah sebagai berikut :

Jika nilai indeks sikap 1 sampai dengan 2,5 kurang baik (negatif)

Jika nilai indeks sikap 2,6 sampai dengan 4 baik (positif)

Dari hasil perhitungan diatas,terlihat bahwa sikap konsumen terhadap atribut status akreditasi,jurusan yang ditawarkan,kurikulum yang ditawarkan,lokasi kampus,biaya kuliah dan dosen adalah positif yaitu sebesar 2,7. Namun jika dilihat dari masing-masing atribut,atibut status akreditasi memiliki nilai yang paling tinggi yaitu sebesar 1,22 kemudian atribut jurusan yang ditawarkan sebesar 0,43; atribut biaya kuliah sebesar 0,36; atribut tenaga pengajar (dosen) sebesar 0,3; atribut kurikulum yang ditawarkan sebesar 0,26 dan yang terakhir atribut lokasi kampus sebesar 0,12. Ini menunjukkan bahwa status akreditasi merupakan faktor dominan konsumen dalam memilih Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

4.2.4 Analisis Chi Square

Analisa kuantitatif yang kedua digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan karakteristik konsumen yang meliputi karakteristik jurusan pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dengan atribut-atribut seperti status akreditasi,jurusan yang ditawarkan,kurikulum yang ditawarkan,lokasi kampus,biaya kuliah dan tenaga pengajar (dosen) di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Selain itu juga untuk

mengetahui variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi hubungan konsumen terhadap atribut pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

4.2.4.1 Analisis Chi Square Terhadap Status Akreditasi Berdasar Karakteristik Jurusan

Tabel 4.25

Status Akreditasi / Jurusan	Setuju		Netral		Tidak Setuju		Total	
	f	%	f	%	f	%	F	%
Manajemen	24	28,2%	9	10,6%	5	5,9%	38	44,7%
Akuntansi	6	7,1%	18	21,2%	10	11,8%	34	40%
Ekonomi Pembangunan	6	7,1%	3	3,5%	4	4,7%	13	15,3%
Total	**36**	**42,4%**	**34**	**35,3%**	**19**	**19%**	**85**	**100%**

Tabel diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah mereka yang berasal dari jurusan manajemen dimana diantara mereka yang memilih setuju sebanyak 24 responden atau 28,2 % dan diikuti oleh responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 responden atau 5,9 %. Dan sisanya yang menyatakan netral atas pilihan status akreditasi ini sebanyak 9 responden atau 10,6 %.

Untuk responden yang berasal dari jurusan Akuntansi dimana diantara mereka yang memilih setuju sebanyak 6 responden atau 7,1 %. Sebagian besar diantara mereka responden memilih netral atas pilihan mereka dengan responden sebanyak 18 atau 21,2 %. Yang terakhir yang memilih tidak setuju sebanyak 10 responden atau 11,8 %.

Responden terakhir yang berasal dari Ekonomi Pembangunan yang memilih setuju sebanyak 6 responden atau 7,1 %. Untuk yang memilih netral sebanyak 3 responden atau 3,5 %,sedangkan yang memilih tidak setuju sebanyak 4 responden atau 4,7 %.

Hipotesa diuji melalui penelitian :

Ho : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara status akreditasi dengan karakteristik jurusan.

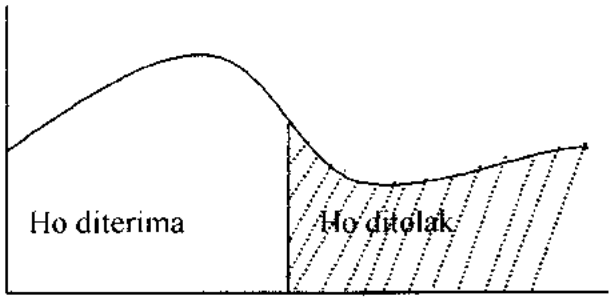
Ha : Terdapat hubungan yang signifikan antara status akreditasi dengan karakteristik jurusan.

Jika X^2 hitung < X^2 tabel,maka Ho diterima.

Jika X^2 hitung ≥ X^2 tabel,maka Ho ditolak.

Berdasarkan hasil perhitungan kuantitatif dengan menggunakan SPSS-10 (lampiran) diketahui bahwa X^2 hitung adalah 16,436,df = 4 dan X^2 tabel adalah 9,488 (α = 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa Ho ditolak,karena X^2 hitung ≥ X^2 tabel,artinya terdapat hubungan yang signifikan antara jurusan pada responden dengan status akreditasi. Jadi dapat diketahui bahwa jurusan pada responden mempengaruhi responden pada penilaian status akreditasi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Langkah selanjutnya adalah menggambar daerah penerimaan dan penolakan Ho.



Untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan kedua variabel antara tingkat jurusan dengan tingkat status akreditasi,diketahui dengan menggunakan SPSS-10 (lampiran). Hasil perhitungan bahwa koefisien kontingensi sebesar 0,403 dan koefisien kontingensi maksimum sebesar :

$$KK\ maks = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$= \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$= \sqrt{0,6667} = 0,816$$

Dari perhitungan diatas diketahui bahwa KKmaks = 0,816 sedangkan KK = 0,403; hal ini menunjukkan bahwa aturan KK dengan KKmaks,keduanya memiliki hubungan yang kurang erat karena KK = 0,403 dan KKmaks = 0,816 sehingga KK agak menjauhi KKmaks.

4.2.4.2 Analisis Chi Square Terhadap Jurusan Yang Ditawarkan Berdasar Karakteristik Jurusan

Jurusan ditawar	Setuju		Netral		Tidak Setuju		Total	
Jurusan	f	%	f	%	f	%	F	%
Manajemen	23	27,1%	14	16,5%	1	1,2%	38	44,7%
Akuntansi	9	10,6%	20	23,5%	5	5,9%	34	40%
Ekonomi Pembangunan	8	9,4%	3	3,5%	2	2,4%	13	15,3%
Total	**40**	**47,1%**	**37**	**43,5%**	**16**	**16%**	**85**	**100%**

Tabel 4.26 diatas menunjukkan bahwa mayoritas dari responden adalah mereka yang berasal dari jurusan manajemen dimana diantara mereka yang memilih setuju sebanyak 23 responden atau 27,1 % dan diikuti oleh responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,2 %. Dan sisanya yang menyatakan netral atas pilihan status akreditasi ini sebanyak 14 responden atau 16,5 %.

Untuk responden yang berasal dari jurusan Akuntansi dimana diantara mereka yang memilih setuju sebanyak 9 responden atau 10,6 %. Sebagian besar diantara mereka responden memilih netral atas pilihan mereka dengan responden sebanyak 20 atau 23,5 %. Yang terakhir yang memilih tidak setuju sebanyak 5 responden atau 5,9 %.

Responden terakhir yang berasal dari Ekonomi Pembangunan yang memilih setuju sebanyak 8 responden atau 9,4 %. Untuk yang memilih netral sebanyak 3 responden atau 3,5 %,sedangkan yang memilih tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2,4 %.

Hipotesa diuji melalui penelitian :

Ho : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jurusan yang ditawarkan dengan karakteristik jurusan.

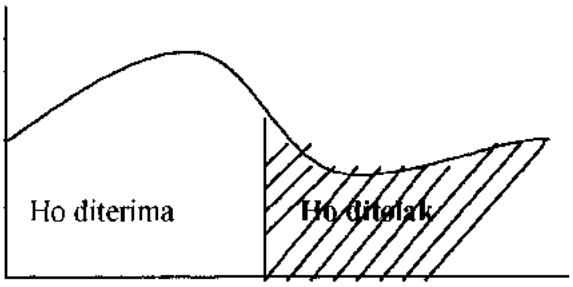
Ha : Terdapat hubungan yang signifikan antara jurusan yang ditawarkan dengan karakteristik jurusan.

Jika X^2 hitung < X^2 tabel,maka Ho diterima.

Jika X^2 hitung ≥ X^2 tabel,maka Ho ditolak.

Berdasarkan hasil perhitungan kuantitatif dengan menggunakan SPSS-10 (lampiran) diketahui bahwa X^2 hitung adalah 11,934,df = 4 dan X^2 tabel adalah 9,488 (α = 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa Ho ditolak,karena X^2 hitung ≥ X^2 tabel,artinya terdapat hubungan yang signifikan antara jurusan pada responden dengan jurusan yang ditawarkan. Jadi dapat diketahui bahwa jurusan pada responden mempengaruhi responden pada penilaian jurusan yang ditawarkan pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Langkah selanjutnya adalah menggambar daerah penerimaan dan penolakan Ho.



Untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan kedua variabel antara tingkat jurusan dengan jurusan yang ditawarkan,diketahui dengan menggunakan SPSS-10 (lampiran). Hasil perhitungan bahwa koefisien kontingensi sebesar 0,351 dan koefisien kontingensi maksimum sebesar :

$$KK\ maks = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$= \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$= \sqrt{0{,}6667} \qquad = 0{,}816$$

Dari perhitungan diatas diketahui bahwa KKmaks = 0.816 sedangkan KK = 0,351; hal ini menunjukkan bahwa aturan KK dengan KKmaks,keduanya memiliki hubungan yang kurang erat karena KK = 0.351 dan KKmaks = 0,816 sehingga KK agak menjauhi KKmaks.

4.2.4.3 Analisis Chi Square Terhadap Kurikulum Yang Ditawarkan Berdasar Karakteristik Jurusan

Tabel 4.27

Jurusan ditawar	Setuju		Netral		Tidak Setuju		Total	
Jurusan	F	%	F	%	f	%	F	%
Manajemen	24	28,2%	9	10,6%	5	5,9%	38	44,7%
Akuntansi	10	11,8%	18	21,2%	6	7,1%	34	40%
Ekonomi Pembangunan	8	9,4%	2	2,4%	3	3,5%	13	15,3%
Total	**42**	**49,4%**	**29**	**34,1%**	**14**	**16,5%**	**85**	**100%**

Pada tabel 4.26 diatas menunjukkan bahwa mayoritas dari responden adalah mereka yang berasal dari jurusan manajemen dimana diantara mereka yang memilih setuju sebanyak 24 responden atau 28,2 % dan diikuti oleh responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 responden atau 5,9 %. Dan sisanya dimana responden yang menyatakan netral atas pilihan status akreditasi ini sebanyak 9 responden atau 10,6 %.

Sedangkan untuk responden yang berasal dari jurusan Akuntansi dimana diantara mereka yang memilih setuju sebanyak 10 responden atau 11,8 %. Sebagian besar diantara mereka responden memilih netral atas pilihan mereka dengan responden sebanyak 18 atau 21,2 %. Yang terakhir yang memilih tidak setuju sebanyak 6 responden atau 7,1 %.

Untuk responden yang terakhir yang berasal dari Ekonomi Pembangunan yang memilih setuju sebanyak 8 responden atau 9,4 %. Untuk yang memilih netral sebanyak 2 responden atau 2,4 %,sedangkan yang memilih tidak setuju sebanyak 3 responden atau 3,5 %.

Hipotesa diuji melalui penelitian :

Ho : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kurikulum yang ditawarkan dengan karakteristik jurusan.

Ha : Terdapat hubungan yang signifikan antara kurikulum yang ditawarkan dengan karakteristik jurusan.

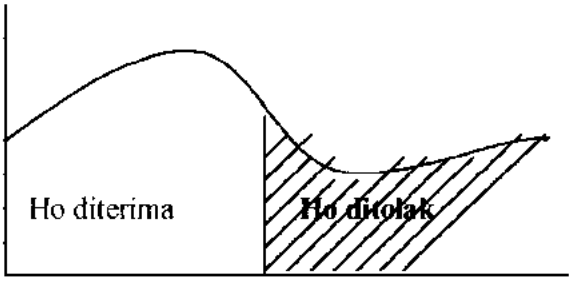
Jika X^2 hitung < X^2 tabel,maka Ho diterima.

Jika X^2 hitung ≥ X^2 tabel,maka Ho ditolak.

Berdasarkan hasil perhitungan kuantitatif dengan menggunakan SPSS-10 (lampiran) diketahui bahwa X^2 hitung adalah 11,299,df = 4 dan X^2 tabel adalah 9,488 (α = 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa Ho ditolak,karena X^2 hitung ≥ X^2 tabel,artinya terdapat hubungan yang signifikan antara jurusan pada responden dengan kurikulum yang ditawarkan. Jadi dapat diketahui bahwa jurusan pada responden mempengaruhi responden pada penilaian

kurikulum yang ditawarkan pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Langkah selanjutnya adalah menggambar daerah penerimaan dan penolakan Ho.



+ 9,488 + 11,299

Untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan kedua variabel antara tingkat jurusan dengan kurikulum yang ditawarkan,diketahui dengan menggunakan SPSS-10 (lampiran). Hasil perhitungan bahwa koefisien kontingensi sebesar 0,343 dan koefisien kontingensi maksimum sebesar :

$$KK\ maks = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$= \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$= \sqrt{0,6667} = 0,816$$

Dari perhitungan diatas diketahui bahwa KKmaks = 0,816 sedangkan KK = 0,343; hal ini menunjukkan bahwa aturan KK dengan KKmaks,keduanya memiliki hubungan yang kurang erat karena KK = 0,343dan KKmaks = 0,816 sehingga KK agak menjauhi KKmaks.

4.2.4.4 Analisis Chi Square Terhadap Lokasi Kampus Berdasar Karakteristik Jurusan

Tabel 4.28

Jurusan ditawar Jurusan	Setuju		Netral		Tidak Setuju		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Manajemen	19	22,4%	11	12,9%	8	9,4%	38	44,7%
Akuntansi	11	12,9%	20	23,5%	3	3,5%	34	40%
Ekonomi Pembangunan	6	7,1%	6	7,1%	1	1,2%	13	15,3%
Total	**36**	**42,4%**	**37**	**43,5%**	**12**	**14,1%**	**85**	**100%**

Tabel 4.28 diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah mereka yang berasal dari jurusan manajemen dimana diantara mereka yang memilih setuju sebanyak 19 responden atau 22,4 % dan diikuti oleh responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 8 responden atau 9,4 %. Dan sisanya yang menyatakan netral atas pilihan status akreditasi ini sebanyak 11 responden atau 12,9 %.

Untuk responden yang berasal dari jurusan Akuntansi dimana diantara mereka yang memilih setuju sebanyak 11 responden atau 12,9 %. Sebagian besar diantara mereka responden memilih netral atas pilihan mereka dengan responden sebanyak 20 atau 23,5 %. Yang terakhir yang memilih tidak setuju sebanyak 3 responden atau 3,5 %.

Responden terakhir yang berasal dari Ekonomi Pembangunan yang memilih setuju sebanyak 6 responden atau 7,1 %. Untuk yang memilih netral sebanyak 6 responden atau 7,1 %. Dan yang terakhir yang memilih tidak setuju sebanyak 1 atau 1,2 %.

Hipotesa diuji melalui penelitian :

Ho : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara lokasi kampus dengan karakteristik jurusan.

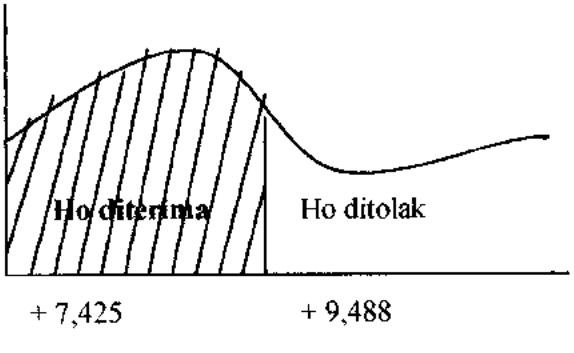
Ha : Terdapat hubungan yang signifikan antara lokasi kampus dengan karakteristik jurusan.

Jika X^2 hitung < X^2 tabel,maka Ho diterima.

Jika X^2 hitung ≥ X^2 tabel,maka Ho ditolak.

Berdasarkan hasil perhitungan kuantitatif dengan menggunakan SPSS-10 (lampiran) diketahui bahwa X^2 hitung adalah 7,425,df = 4 dan X^2 tabel adalah 9,488 (α = 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa Ho diterima,karena X^2 hitung < X^2 tabel,artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jurusan pada responden dengan lokasi kampus. Jadi dapat diketahui bahwa jurusan pda responden mempengaruhi responden pada penilaian lokasi kampus pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Langkah selanjutnya adalah menggambar daerah penerimaan dan penolakan Ho.



4.2.4.4 Analisis Chi Square Terhadap Biaya Kuliah 1 Berdasar Karakteristik Jurusan

Tabel 4.29

Jurusan ditawar	Setuju		Netral		Tidak Setuju		Total	
Jurusan	F	%	f	%	f	%	f	%
Manajemen	25	29,4%	9	10,6%	4	4,7%	38	44,7%
Akuntansi	12	14,1%	16	18,8%	6	7,1%	34	40%
Ekonomi Pembangunan	6	7,1%	4	4,7%	3	3,5%	13	15,3%
Total	**43**	**50,6%**	**29**	**34,1%**	**13**	**15,3%**	**85**	**100%**

Tabel 4.28 diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah mereka yang berasal dari jurusan manajemen dimana diantara mereka yang memilih setuju sebanyak 25 responden atau 29,4 % dan diikuti oleh responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 responden atau 4,7 %. Dan sisanya yang menyatakan netral atas pilihan biaya kuliah-1 ini sebanyak 9 responden atau 10,6 %.

Untuk responden yang berasal dari jurusan Akuntansi dimana diantara mereka yang memilih setuju sebanyak 12 responden atau 14,1 %. Sebagian besar diantara mereka responden memilih netral atas pilihan mereka dengan responden sebanyak 16 atau 18,8 %. Yang terakhir yang memilih tidak setuju sebanyak 6 responden atau 7,1 %.

Responden terakhir yang berasal dari Ekonomi Pembangunan yang memilih setuju sebanyak 6 responden atau 7,1 %. Untuk yang memilih netral sebanyak 4 responden atau 4,7 %. Sedangkan yang memilih tidak setuju sebanyak 3 responden atau 3,5 %.

Hipotesa diuji melalui penelitian :

Ho : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara biaya kuliah 1 dengan karakteristik jurusan.

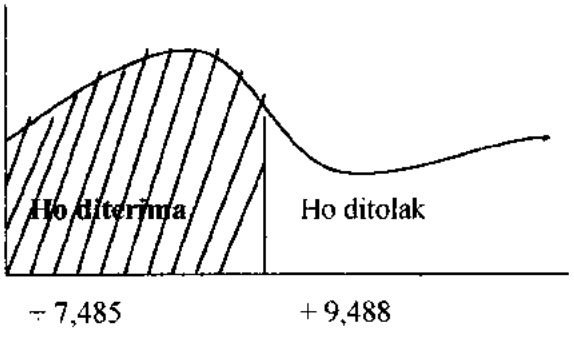
Ha : Terdapat hubungan yang signifikan antara biaya kuliah 1 dengan karakteristik jurusan.

Jika X^2 hitung < X^2 tabel,maka Ho diterima.

Jika X^2 hitung ≥ X^2 tabel,maka Ho ditolak.

Berdasarkan hasil perhitungan kuantitatif dengan menggunakan SPSS-10 (lampiran) diketahui bahwa X^2 hitung adalah 7,485,df = 4 dan X^2 tabel adalah 9,488 ($\alpha = 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa Ho diterima,karena X^2 hitung < X^2 tabel,artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jurusan pada responden dengan biaya kuliah 1. Jadi dapat diketahui bahwa jurusan pda responden mempengaruhi responden pada penilaian biaya kuliah 1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Langkah selanjutnya adalah menggambar daerah penerimaan dan penolakan Ho.



4.2.4.2 Analisis Chi Square Terhadap Biaya Kuliah 2 Berdasar Karakteristik Jurusan

Tabel 4.30

Jurusan ditawar	Setuju		Netral		Tidak Setuju		Total	
Jurusan	f	%	f	%	f	%	f	%
Manajemen	24	28,2%	8	9,4%	5	7,1%	38	44,7%
Akuntansi	11	12,9%	21	24,7%	2	2,4%	34	40%
Ekonomi Pembangunan	5	5,9%	5	5,9%	3	3,5%	13	15,3%
Total	**40**	**47,1%**	**34**	**40%**	**11**	**12,9%**	**85**	**100%**

Tabel 4.26 diatas menunjukkan bahwa mayoritas dari responden adalah mereka yang berasal dari jurusan manajemen dimana diantara mereka yang memilih setuju sebanyak 24 responden atau 28,2 % dan diikuti oleh responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 responden atau 7,1 %. Dan sisanya yang menyatakan netral atas pilihan status akreditasi ini sebanyak 8 responden atau 9,4 %.

Untuk responden yang berasal dari jurusan Akuntansi dimana diantara mereka yang memilih setuju sebanyak 11 responden atau 12,9 %. Sebagian besar diantara mereka responden memilih netral atas pilihan mereka dengan responden sebanyak 21 atau 24,7 %. Yang terakhir yang memilih tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2,4 %.

Dan yang terakhir responden yang berasal dari Ekonomi Pembangunan dimana yang memilih setuju sebanyak 5 responden atau 5,9 %. Untuk yang memilih netral sebanyak 5 responden atau 5,9 %.sedangkan yang memilih tidak setuju sebanyak 3 responden atau 3,5 %.

Hipotesa diuji melalui penelitian :

Ho : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara biaya kuliah 2 dengan karakteristik jurusan.

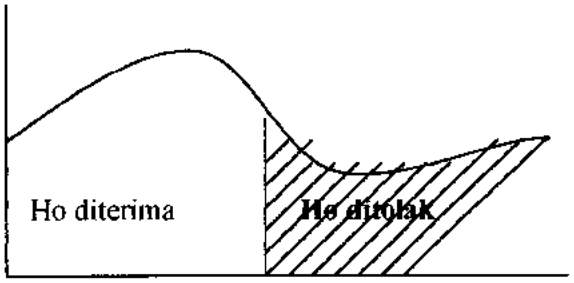
Ha : Terdapat hubungan yang signifikan antara biaya kuliah 2 dengan karakteristik jurusan.

Jika X^2 hitung < X^2 tabel,maka Ho diterima.

Jika X^2 hitung ≥ X^2 tabel,maka Ho ditolak.

Berdasarkan hasil perhitungan kuantitatif dengan menggunakan SPSS-10 (lampiran) diketahui bahwa X^2 hitung adalah 13,884,df = 4 dan X^2 tabel adalah 9,488 (α = 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa Ho ditolak,karena X^2 hitung ≥ X^2 tabel,artinya terdapat hubungan yang signifikan antara jurusan pada responden dengan biaya kuliah 2. Jadi dapat diketahui bahwa jurusan pada responden mempengaruhi responden pada penilaian biaya kuliah 2 pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Langkah selanjutnya adalah menggambar daerah penerimaan dan penolakan Ho.



Untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan kedua variabel antara tingkat jurusan dengan biaya kuliah 2,diketahui dengan menggunakan

menggunakan SPSS-10 (lampiran). Hasil perhitungan bahwa koefisien kontingensi sebesar 0,375 dan koefisien kontingensi maksimum sebesar :

$$KK\ maks = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$= \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$= \sqrt{0{,}6667} = 0{,}816$$

Dari perhitungan diatas diketahui bahwa KKmaks = 0,816 sedangkan KK = 0,375; hal ini menunjukkan bahwa aturan KK dengan KKmaks,keduanya memiliki hubungan yang kurang erat karena KK = 0,375 dan KKmaks = 0,816 sehingga KK agak menjauhi KKmaks.

4.2.4.3 Analisis Chi Square Terhadap Tenaga Pengajar (Dosen) Berdasar Karakteristik Jurusan

Tabel 4.31

Jurusan ditawar / Jurusan	Setuju		Netral		Tidak Setuju		Total	
	f	%	f	%	f	%	F	%
Manajemen	25	29,4%	8	9,4%	5	5,9%	38	44,7%
Akuntansi	13	15,3%	19	22,4%	2	2,4%	34	40%
Ekonomi Pembangunan	5	5,9%	5	5,9%	3	3,5%	13	15,3%
Total	**43**	**50,6%**	**32**	**37,6%**	**10**	**11,8%**	**85**	**100%**

Pada tabel 4.26 diatas menunjukkan bahwa mayoritas dari responden adalah mereka yang berasal dari jurusan manajemen dimana diantara mereka yang memilih setuju sebanyak 25 responden atau 29,4 % dan diikuti

oleh responden yang memilih netral sebanyak 8 responden atau 9,4 %. Dan yang memilih tidak setuju atas pilihan lokasi kampus sebanyak 5 responden atau 5,9%.

Sedangkan untuk responden yang berasal dari jurusan Akuntansi dimana diantara mereka yang memilih setuju sebanyak 13 responden atau 15,3 %. Sebagian besar diantara mereka responden memilih netral atas pilihan mereka dengan responden sebanyak 19 atau 22,4 %. Yang terakhir yang memilih tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2,4 %.

Untuk responden yang terakhir yang berasal dari Ekonomi Pembangunan yang memilih setuju sebanyak 5 responden atau 5,9 %. Untuk yang memilih netral sebanyak 5 responden atau 5,9 %,sedangkan yang memilih tidak setuju sebanyak 3 responden atau 3,5 %.

Hipotesa diuji melalui penelitian :

Ho : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tenaga pengajar (dosen) dengan karakteristik jurusan.

Ha : Terdapat hubungan yang signifikan antara tenaga pengajar (dosen) dengan karakteristik jurusan.

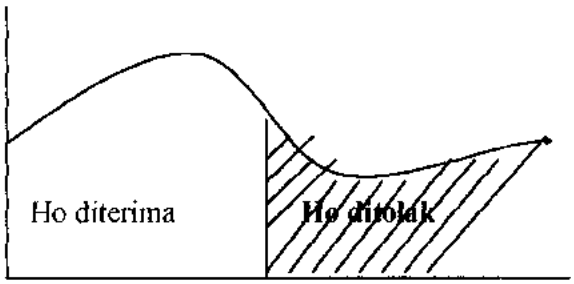
Jika X^2 hitung < X^2 tabel,maka Ho diterima.

Jika X^2 hitung > X^2 tabel,maka Ho ditolak.

Berdasarkan hasil perhitungan kuantitatif dengan menggunakan SPSS-10 (lampiran) diketahui bahwa X^2 hitung adalah 11,401,df = 4 dan X^2 tabel adalah 9,488 (α = 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa Ho ditolak,karena X^2 hitung $\geq$ X^2 tabel,artinya terdapat hubungan yang signifikan antara jurusan

pada responden dengan tenaga pengajar (dosen). Jadi dapat diketahui bahwa jurusan pada responden mempengaruhi responden pada penilaian tenaga pengajar (dosen) pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Langkah selanjutnya adalah menggambar daerah penerimaan dan penolakan Ho.



Untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan kedua variabel antara tingkat jurusan dengan tenaga pengajar,diketahui dengan menggunakan SPSS-10 (lampiran). Hasil perhitungan bahwa koefisien kontingensi sebesar 0,344 dan koefisien kontingensi maksimum sebesar :

$$KK\ maks = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$= \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$= \sqrt{0,6667} = 0,816$$

Dari perhitungan diatas diketahui bahwa KKmaks = 0,816 sedangkan KK = 0,344; hal ini menunjukkan bahwa aturan KK dengan KKmaks,keduanya memiliki hubungan yang kurang erat karena KK = 0,344 dan KKmaks = 0,816 sehingga KK agak menjauhi KKmaks.

Tabel 4.32

Hasil Perhitungan Kai Kuadrat (Chi Square)

No	Atribut dan Karakteristik responden	Perhitungan kai Kuadrat		Keterangan
1	Status Akreditasi	X^2 hitung	X^2 tabel	
		16,436	9,488	Ho ditolak,signifikan
2	Jurusan Yang Ditawarkan	X^2 hitung	X^2 tabel	
		11,934	9,488	Ho ditolak,signifikan
3	Kurikulum Yang Ditawarkan	X^2 hitung	X^2 tabel	
		11,299	9,488	Ho ditolak,signifikan
4	Lokasi Kampus	X^2 hitung	X^2 tabel	
		7,425	9,488	Ho diterima,tidak signifikan
5	Biaya Kuliah 1	X^2 hitung	X^2 tabel	
		7,485	9,488	Ho diterima,tidak signifikan
6	Biaya Kuliah 2	X^2 hitung	X^2 tabel	
		13,884	9,488	Ho ditolak,signifikan
7	Tenaga Pengajar (Dosen)	X^2 hitung	X^2 tabel	
		11,401	9,488	Ho ditolak,signifikan