BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi pusat perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Adapun pengertian objek penelitian menurut Husein Umar (2005:303) mengatakan bahwa objek penelitian adalah sebagai berikut:

> "Objek Penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu".

Berdasarkan definisi di atas, yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Media Iklan, Sikap Siswa, dan Pengambilan Keputusan. Penelitian ini dilaksanakan pada Bimbingan Belajar di Citra Sarana Bahasa dan Informatika Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2010 21) "Metode Deskriptif adalah metode untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas". Sedangkan metode verifikatif, yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan

atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan ditempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan".

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode *survey*. Metode *survey* yang dilakukan oleh peneliti memakai data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner. *Survey* merupakan sebuah strategi yang popular dan umum dalam sebuah penelitian bisnis dan manajemen. *Survey* mengumpulkan sejumlah besar data dari populasi yang dapat diukur dengan sebuah cara yang lebih hemat.

Metode *survey* dapat diterima oleh orang-orang secara umum. Hal tersebut dikarenakan metode *survey* mudah dimengerti. Bagaimanapun pengoleksian data dengan metode *survey* tidak akan seluas mengoleksi data dengan metode metode penelitian kualitatif terdapat keterbatasan jumlah pertanyaan yang dapat dimuat dalam berbagai kuisioner.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Menurut Moh. Nazir (2003:84) pengertian desain penelitian yaitu : "Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian".

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang akan dilakukan mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian. Langkah-langkah desain penelitian diawali dengan menetapkan pemasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian.

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya dapat ditetapkan judul yang akan diteliti. Dalam penelitian ini permasalahan yang terjadi difokuskan pada faktor penentu tingkat keuntungan yang diperoleh. Dengan demikian dapat ditetapkan judul penelitian : Pengaruh Media Iklan dan Sikap Siswa Terhadap Keputusan Mendaftar pada Citra Sarana Bahasa dan Informatika Bandung.
2. Mengidentifikasi masalah yang terjadi.
3. Menetapkan rumusan masalah.
4. Menetapkan tujuan penelitian. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perkembangan media iklan, sikap konsumen, dan pengambilan keputusan serta besarnya pengaruh media iklan dan sikap siswa terhadap pengambilan keputusan mendaftar di Citra Sarana Bahasa dan Informatika Bandung.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori.
6. Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variable penelitian yang digunakan.
7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data. Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder.
8. Melakukan analisis data. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode moderating.
9. Melakukan pelaporan hasil penelitian.

Berdasarkan pemaparan di atas maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang didalamnya merupakan kerangka kerja dalam suatu studi tertentu yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan penelitian mulai dari perencanaan sampai pelaksanaan penelitian yang dilakukan pada waktu tertentu. Tabel berikut merupakan ringkasan desain dari penelitian ini :

Tabel 3.1 Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	Metode yang digunakan	Unit Analisis	Time Horizon
T - 1	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Responden	*Cross Sectional*
T - 2	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Responden	*Cross Sectional*
T - 3	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Responden	*Cross Sectional*
T - 4	*Verifikatif*	*Verifikatif*	Responden	*Cross Sectional*
T - 5	*Verifikatif*	*Verifikatif*	Responden	*Cross Sectional*

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang akan diukur dalam penelitian ini ada tiga variabel dimana variabel pertama adalah media iklan (diberi simbol X_1), variabel kedua adalah sikap konsumen (diberi simbol X_2), dan variabel ketiga adalah pengambilan keputusan (Y).

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Sumber Data
Media Iklan (X_1)	Media adalah sarana komunikasi yang membawa pesan-pesan dari pengiklan kepada konsumennya.	Media Cetak	Tingkat daya tarik isi pesan iklan pada media cetak	Ordinal	Siswa CSBI
			Tingkat daya tarik tema iklan	Ordinal	
			Tingkat kesesuaian ukuran huruf/tulisan iklan	Ordinal	

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Sumber Data
	Wells.*at,al.* yang dikutip oleh Widyo Nugroho (2007:3)		Tingkat kesesuaian penempatan iklan pada halaman koran	Ordinal	
			Tingkat frekuensi terbit iklan	Ordinal	
		Media Luar Ruang	Tingkat daya tarik isi pesan iklan pada Papan Reklame/Bilboard	Ordinal	
			Tingkat daya tarik tema iklan	Ordinal	
			Tingkat kesesuaian ukuran iklan	Ordinal	
			Tingkat kesesuaian ukuran papan reklame/spanduk	Ordinal	
			Tingkat kesesuaian lokasi penempatan iklan	Ordinal	
		Direct Mail	Tingkat daya tarik isi pesan iklan pada brosur/leaflet	Ordinal	
			Tingkat daya tarik tema iklan	Ordinal	
			Tingkat kesesuaian ukuran huruf atau tuisan iklan	Ordinal	
Sikap Siswa (X_2)	"Sikap adalah ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga menggambarkan kepercayaan kosumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut". Ujang Sumarwan (2004:136)	Komponen kognitif	Tingkat kesadaran konsumen pada jasa	Ordinal	Siswa CSBI
			Tingkat pengetahuan konsumen pada jasa	Ordinal	
		Komponen afektif	Tingkat kesukaan konsumen pada jasa	Ordinal	
			Tingkat pilihan konsumen pada jasa	Ordinal	
		Komponen konatif	Tingkat kesesuaian ukuran niat beli konsumen pada jasa	Ordinal	
			Tingkat keputusan konsumen untuk memilih jasa	Ordinal	
Keputusan Siswa Mendaftar (Y)	"Keputusan pembelian konsumen adalah tahap dimana konsumen juga mungkin membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai, dimana keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda, atau menghindar sangat dipengaruhi resiko yang dirasakan". Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2009:214)	Pengenalan masalah	Tingkat kebutuhan pada jasa	Ordinal	Siswa CSBI
		Pencarian informasi	Tingkat pencarian informasi yang ada	Ordinal	
		Evaluasi merek	Tingkat kelebihan jasa dibanding pesaing	Ordinal	
		Keputusan membelian	Tingkat pembelian pada jasa	Ordinal	
		Perilaku pasca pembelian	Tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian	Ordinal	

3.2.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer.

1. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) berupa pendapat atau opini subyek (orang) secara individual atau kelompok, yang dikumpulkan untuk menjawab perumusan masalah dalam penelitian (Sugiyono, 2010: 62).
2. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh dengan mencari dan mengumpulkan bahan dari buku-buku pustaka yang dipergunakan sebagai referensi penunjang penelitian, data dari instansi dimana populasi penelitian bertempat tinggal, dan data lain yang diperlukan dalam penelitian yang tidak diusahakan secara langsung oleh peneliti. Data sekunder ini merupakan data yang diambil secara tidak langsung atau yang telah terlebih dahulu dikumpulkan orang lain di luar dari penelitian sendiri.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Adapun teknik penentuan data terbagi menjadi dua bagian, yaitu populasi dan sampel. Pengertian dari populasi dan sampel itu sendiri adalah sebagai berikut:

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal lain yang ingin diteliti. Populasi merupakan keseluruhan obyek (satuan-satuan/ individu-individu) yang karakteristiknya hendak teliti. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah siswa-siswi yang akan mendaftar ke Citra Sarana Bahasa Dan Informatika di kota Bandung.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2010;115**).** Populasi dalam penelitian ini adalah siswa yang masuk ke CSBI pada tahun 2012 yaitu 335 siswa.

2. Sampel

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2010:73) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul *representative* (mewakili). Ukuran sampel merupakan banyaknya sampel yang akan diambil dari suatu populasi. Rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah berdasarkan pendapat. Husein Umar (2007:78) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana: n = Jumlah sampel

N = Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidak telitian (10%)

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 335 orang. Maka dari data populasi tersebut didapatkan ukuran sampel sebagai berikut:

$$\mathbf{n} = 335/ [1 + 335(0,1)^2] = 77.01 = 80$$

Berdasarkan hasil penghitungan di atas, maka ukuran sampel minimal yang dibutuhkan adalah sebanyak 77 responden dan dibulatkan menjadi 80 responden.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah penelitian lapangan (*field Research*) dan Penelitian kepustakaan (*Library Research*). Penelitian lapangan (*field Research*) dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek penelitian untuk mendapatkan data primer. Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebgai berikut:

a. Observasi (pengamatan langsung)

   Yaitu dengan melakukan mengamatan secara langsung yang dilakukan oleh peneliti dengan maksud memperoleh data yang diperlukan. Observasi dilakukan dengan mengamati cbsi.

b. *Interview* (Wawancara)

   Dalam teknik ini, melakukan hubungan lebih dekat lagi dengan pihak-pihak yang dianggap akan memberikan informasi mengenai variabel yang bersangkutan. Pengumpulannya dilakukan dengan tanya jawab kepada pihak tersebut dimaksudkan informasi mengenai bariabel yang diteliti.

c. *Kuesioner* (Angket)

Yaitu pengumpulan data dengan menyebarkan seperangakat daftar pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Kueisioner yang digunakan adalah kuisioner tertutup yang telah diberi skor, yang mana nantinya akan dihitung secara statistik.

Penelitian kepustakaan (*Library Research*) merupakan data yang diperoleh yaitu data sekunder, dengan mendapatkan informasi secara tidak langsung dari pihak lain. Data sekunder tersebut diperoleh dengan cara:

a. Dokumentasi

Yaitu mempelajari dokumen-dokumen yang ada diperusahaan yang berkenaan dengan masalah yang diteliti, seperti dokumen mengenai sejarah perkembangan perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan sebagainya yang menunjang penelitian.

b. Studi Literatur

Yaitu dengan cara mengumpulkan data-data yang ada pada setiap variabel yang akan diteliti. Termasuk didalamnya mengumpulkan jurnal dan berbagai teori dari berbagai ahli dalam bidangnya serta penelitian terdahulu sebagai pedoman yang akan dilakukan penelitian berikutnya yang sejenis atau serupa.

3.2.4.1 Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya

(Azwar 2007:89). Suatu skala atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus *Korelasi Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

(Husein Umar, 2005:190)

Keterangan:

r_1 = koefisien validitas item yang dicari

X = skor yang diperoleh subjel dalam setiap item

Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X yang berskala ordinal

$\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y yang berskala ordinal

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor Y

n = banyaknya responden

Uji validitas digunakan untuk mengetahui layak dan tidaknya pertanyaan. Kriteria keputusannya adalah dengan membandingkan nilai *Corrected Item - Total Correlation* dibandingkan dengan nilai r kritis (Imam Ghozali, 2005). Apabila nilai korelasi diatas 0,3 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat

kevalidan yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,3 maka dikatakan item tersebut kurang valid.

Hasil perhitungan uji validitas ditentukan dengan kriteria yang digunakan adalah item valid berarti layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis. Valid tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor totalnya, dan apabila koefisien korelasinya > 0,30 (Azwar Saefuddin, 1999:158) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika korekasinya < 0,30 menunjukan bahwa data tersebut tidak valid dan akan disisihkan dari analisis selanjutnya. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 19 *for windows* diperoleh hasil uji sebagai berikut :

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas Variabel Media Iklan

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0.564	0,30	Valid
2	0.607	0,30	Valid
3	0.479	0,30	Valid
4	0.738	0,30	Valid
5	0.380	0,30	Valid
6	0.819	0,30	Valid
7	0.689	0,30	Valid
8	0.775	0,30	Valid
9	0.756	0,30	Valid
10	0.458	0,30	Valid
11	0.767	0,30	Valid
12	0.637	0,30	Valid
13	0.588	0,30	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas pengukuran validitas untuk variabel media iklan menunjukkan bahwa dari 13 item pertanyaan semuanya valid, karena skor r hitung lebih besar dari r kritis 0.30.

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Validitas Variabel Sikap Siswa

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0.668	0,30	Valid
2	0.718	0,30	Valid
3	0.392	0,30	Valid
4	0.403	0,30	Valid
5	0.710	0,30	Valid
6	0.582	0,30	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas pengukuran validitas untuk variabel sikap siswa menunjukkan bahwa dari 6 item pertanyaan semuanya valid, karena skor r hitung lebih besar dari r kritis 0.30.

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Mendaftar

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0.592	0,30	Valid
2	0.729	0,30	Valid
3	0.307	0,30	Valid
4	0.719	0,30	Valid
5	0.462	0,30	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas pengukuran validitas untuk variabel keputusan mendaftar menunjukkan bahwa dari 5 item pertanyaan semuanya valid, karena skor r hitung lebih besar dari r kritis 0.30.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Setelah diuji validitas, langkah selanjutnya adalah uji reliabilitas yaitu berhubungan dengan masalah ketepatan dari suatu data, sedangkan untuk pengujian reliabilitas melalui nilai koefisien alpha dengan dibandingkan nilai

0,70. Konstruk atau variabel dikatakan reliabel apabila mempunyai nilai alpha diatas 0,70 dan sebaliknya (Imam Ghozali, 2005).

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Realiabilitas Variabel

Variabel	r_{hitung}	r_{kritis}	Keterangan
Media iklan	0,748	0,70	Reliabel
Sikap siswa	0,735	0,70	Reliabel
Keputusan mendaftar	0,757	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

Berdasar pada hasil uji reliabilitas, menunjukkan bahwa semua variabel memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar dari Standar Alpha yaitu sebesar 0,70 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel.

3.2.4.3 *Method of Succesive Interval* (*MSI*)

Penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*), oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Succesive Interval* (Harun Al Rasyid, 2000:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut sebagai berikut:

a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.

c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.

d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.

e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut :

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

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variable independent dengan variable dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

3.2.5 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Sesuai dengan hipotesis dan tujuan penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka analisis penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Disamping itu, untuk lebih memahami fenomena yang diamati, maka dilengkapi juga dengan analisis kualitatif yakni melalui metode deskriptif.

a. Analisis Deskriptif atau Kualitatif

Metode analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel penelitian. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian, maka digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut:

$$RS=\frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap *item*

Untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1, 2, 3, 4, 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.Apabila digambarkan dengan rumus, maka akan tampak seperti di bawah ini:

$$\text{\% skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \text{ X } 100\%$$

Menurut Arikunto (2006:246), data yang sudah sampai ke prosentase lalu ditafsirkan dengan kalimat-kalimat yang bersifat kualitatif, dimana hasil persentase itu dapat digolongkan sebagai berikut :

Tabel 3.7
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00% - 36.00%	Sangat Tidak Baik
2	36.01% - 52.00%	Tidak Bik
3	52.01% - 68.00%	Cukup Baik
4	68.01% - 84.00%	Baik
5	84.01% - 100%	Sangat Baik

Sumber: Arikunto (2006:246)

b. Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Terlebih dahulu dilakukan tabulasi dan memberikan nilai sesuai dengan sistem yang ditetapkan. Jenis kuisioner yang digunakan adalah kuisioner tertutup dengan menggunakan skala ordinal. Untuk teknik perhitungan data kuesioner yang telah diisi oleh responden digunakan skala likert dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dengan langkah-langkah :

(a) Mengolah setiap jawaban dan pertayaan dari kuisioner yang disebarkan untuk dihitung frekuensi dan persentasenya.

(b) Nilai yang diperoleh merupakan indikator untuk pasangan variabel independen X dan Y dan variabel dependen (Z) yang asumsikan sebagai hubungan linear.

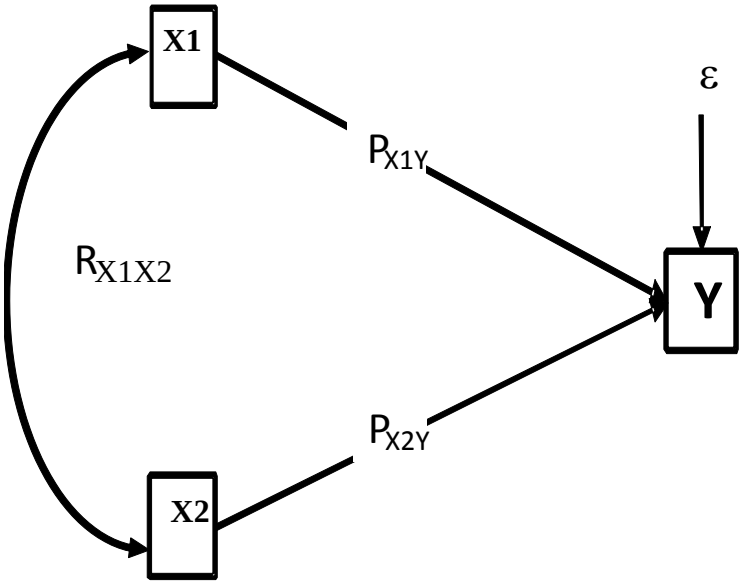
(c) Menentukan skala atau bobot dari masing-masing alternatif jawaban seperti diuraikan diatas. Oleh karena data yang didapat dari kuisioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala pengukurannya menjadi skala interval melalui "*Methode of Successive Interval*" yang telah diuraikan pada sub bab sebelumnya.

(d) Menentukan hubungan antar variabel berdasarkan pada diagram pemikiran.

Berdasarkan pada kerangka pemikiran yang telah diuraikan dan hipotesis yang dikemukakan, maka digunakan analisis jalur *(path analysis).* Analisis jalur

mengkaji hubungan sebab akibat yang bersifat struktural dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan mempertimabangkan keterkaitan antar variabel independen. Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menggambar struktur hipotesis



Keterangan :

Y = Keputusan mendaftar

X1 = Media Iklan

X2 = Sikap siswa

ρ_{X1Y} = Koefisien jalur media iklan terhadap keputusan mendaftar

ρ_{X2Y} = Koefisien jalur sikap siswa terhadap keputusan mendaftar

R_{x1x2} = Koefisien korelasi media iklan dan sikap siswa

ε = Pengaruh faktor lain

b. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas :

$$\mathbf{R_1}= \begin{array}{c} \quad X_{1.1} \quad\quad X_{1.2} \\ \begin{pmatrix} \mathbf{1} & \mathbf{rX_{1.1}X_{1.2}} \\ & \mathbf{1} \end{pmatrix} \end{array}$$

c. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

$Y = \rho yx_1X_{1.1} + \rho yx_2X_{1.2} + \varepsilon$

d. Menghitung matriks invers kolerasi

$$\mathbf{R_1^{-1}}= \begin{array}{c} \quad X_{1.1} \quad\quad X_{1.2} \\ \begin{pmatrix} \mathbf{C_{1.1}} & \mathbf{C_{1.2}} \\ & \mathbf{C_{2..2}} \end{pmatrix} \end{array}$$

e. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus :

$$\begin{pmatrix} P_{YX1.1} \\ P_{YX1.2} \end{pmatrix} \quad \begin{array}{c} \quad X_{1.1} \quad\quad X_{1.2} \\ \begin{pmatrix} C_{1.1} & C_{1.2} \\ & C_2 \end{pmatrix} \end{array} \quad \begin{pmatrix} rYX_{1.1} \\ rYX_{1.2} \end{pmatrix}$$

f. Hitung R^2Y ($X_{1.1}$, $X_{1.2}$) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total $X_{1.1}$, $X_{1.2}$ terhadap Y dengan menggunakan rumus :

$$R^2Y(X_{1.1}, \dots, X_{1.3}) = [P_{YX1.1}, \dots, P_{YX1.2}] \begin{pmatrix} r_{YX1.1} \\ \\ r_{YX1.2} \end{pmatrix}$$

g. Statistik uji yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n-k-1)\sum_{i=1}^{k} P_{YXI} \;\; P_{YXI}}{k\,(1-\sum_{i=1}^{k} P_{YXi} \;\; P_{YXi})}$$

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

$$t = \frac{p_{YXi} - p_{YXi}}{\sqrt{\frac{(1-R^2_{Y(X1,X2)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n-k-1)}}}$$

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

Menguji analisis langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel :

Analisis X terhadap Y :

Analisis (X_1) terhadap Y:

Analisis langsung	= $PYX_{1.1}$. $PYX_{1.1}$
Analisis tidak langsung melalui (X_2)	= $PYX_{1.1}$. $rX_{1.1}X_{1.2}$. $PYX_{1.2}$
	_____ +
Analisis total (X_1) terhadap Y	= ……

Analisis (X_2) terhadap Y:

Analisis langsung	= $PYX_{1.2}$. $PYX_{1.2}$
Analisis tidak langsung melalui (X_1)	= $PYX_{1.2}$. $rX_{1.2}X_{1.1}$. $PYX_{1.1}$
	_____ +
Analisis total (X_2) terhadap Y	= ……

h. Menghitung pengaruh variabel lain (ε) dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{Y\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X11,X12)}}$$

i. Keputusan penerimaan atau penolakan Ho

Rumusan Hipotesis operasional:

Ho : $\rho YX_{1.1} = \rho YX_{1.2} = 0$

Hi : sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho Xi \neq 0$, i = 1 dan 2

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

1. H_0 : $\rho y_{X1X2} = \rho y_{X1X2} = 0$, ada pengaruh dari media iklan dan sikap siswa terhadap keputusan mendaftar pada Citra Sarana Bahasa dan Informatika

   H_1 : $\rho y_{X1X2} \neq \rho y_{X1X2} \neq 0$, tidak ada pengaruh dari media iklan dan sikap siswa terhadap keputusan mendaftar pada Citra Sarana Bahasa dan Informatika

2. H_0 : $rX_{1.1}X_{1.2} = 0$, ada hubungan antara media iklan dan sikap siswa

   H_1 : $rX_{1.1}X_{1.2} \neq 0$, tidak ada hubungan antara media iklan dan sikap siswa

3. H_0 : $\rho_1 = 0$, Media iklan tidak berpengaruh terhadap keputusan mendaftar pada Citra Sarana Bahasa dan Informatika

   H_1 : $\rho_1 \neq 0$, Media iklan berpengaruh terhadap keputusan mendaftar pada Citra Sarana Bahasa dan Informatika

4. H_0 : $\rho_2 = 0$, Sikap siswa tidak berpengaruh terhadap keputusan mendaftar pada Citra Sarana Bahasa dan Informatika baik

   H_1 : $\rho_2 \neq 0$, Sikap siswa berpengaruh terhadap keputusan mendaftar pada Citra Sarana Bahasa dan Informatika baik