BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek yang dijadikan sebagai topic penulisan dalam rangka menyusun laporan.

Adapun pengertian objek penelitian menurut Sugiyono (2012:13), adalah sebagai berikut:

"Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, *valid*, dan *reliable* tentang suatu hal (variabel tertentu)".

3.2 Metode penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Menurut Sugiyono (2014:2) metode penelitian adalah:

"Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah".

Berdasarkan penjelasan diatas, metode penelitian adalah suatu cara untuk mencari, mendapatkan, mengumpulkan, mencatat data, baik primer maupun sekunder yang dapat digunakan untuk keperluan menyusun karya ilmiah dan

kemudian menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok permasalahan sehingga akan didapat suatu kebenaran atau data yang diperoleh.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang siginifikan antara variabel yang diteliti sehingga kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Metode deskriptif menurut Sugiyono (2014:53) adalah sebagai berikut:

"Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari variabel itu dengan variabel lain"

Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut Sugiyono (2012:8) adalah sebagai berikut :

"Metode verifikatif diartikan sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan."

Metode ini dimaksudkan untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik yaitu pengujian pengaruh dari variabel *independent* terhadap variabel *dependent* yang diteliti.

Berdasarkan jenis penelitiannya, yaitu penelitian deskriptif verifikatif, maka metode penelitian yang digunakan adalah *Explanatory Survey.*

Explanatory Survey adalah suatu survei yang digunakan untukmenjelaskan hubungan kausal antara dua variabel melalui pengujian hipotesis,survei dilakukan

dengan cara mengambil sampel dari satu populasi danmenggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data.

3.2.1 Desain penelitian

Dalam membuat sebuah penelitian perlu adanya desain serta perancangan penelitian agar penelitian yang dibuat memenuhi kaidah-kaidah penulisan penelitian dan sistematis.

Adapun pengertian desain penelitian menurut Moh. Nazir (2011:84) adalah sebagai berikut, "Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian".

Tabel 3.1

Desain penelitian

Tujuan penelitian	**Desain penelitian**		
	Jenis penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit analisis**
T-1	*Kuantitatif*	*Deskriptif*	Calon mahasiswa STIKes Budi Luhur
T-2	*Kuantitatif*	*Deskriptif*	Calon mahasiswa STIKes Budi Luhur
T-3	*Kuantitatif*	*Deskriptif*	Calon mahasiswa STIKes Budi Luhur
T-4	*Kuantitaif*	*Verifikatif*	Calon mahasiswa STIKes Budi Luhur

Sumber: diolah oleh penulis tahun 2017

3.2.2 Operasionalisasi variabel

Pengertian operasional variabel menurut Sugiyono (2010:58) adalah :"Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya."

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian mengenai internet marketing dan word of mouth terhadap minat calon mahasiswa baru pada STIKes Budi Luhur Cimahi, maka operasionalisasi variabel penelitian dapat disajikan dalam Tabel 3.2

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Kuesiner
Internet marketing **(X1)***"*	*Internet marketing* merupakan pemasaran dari produk atau jasa melalui internet (Hermawan, 2012).	**Informasi** • Informasi yang dapat menimbulkan pengaruh positif kepada calon mahasiswa	• Tingkat informasi	Ordinal	1,2
		Kualitas layanan web • Komunikasi melalui internet yang interaktif dengan calon mahasiswa melalui website.	• Tingkat komunikasi	Ordinal	3,4
		Biaya • Biaya yang di keluarkan lebih rendah	• Tingkat biaya	Ordinal	5,6

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Kuesioner
Internet Marketing X1	*Internet marketing* merupakan pemasaran dari produk atau jasa melalui internet (Hermawan, 2012).	**Promosi** • Promosi melalui internet yang menarik untuk membuat calon mahasiswa mendaftar pada STIKes Budi Luhur Cimahi	• Tingkat promosi	Ordinal	7,8
***Word of mouth* (X2)**	*Word of Mouth* adalah tindakan konsumen memberikan informasi kepada konsumen lain dari seseorang kepada orang lain (antar pribadi) non-komersial baik merek, produk maupun jasa.(2010:32).	**Cerita Positif** • Membicarakan hal positif tentang STIKes kepada orang lain	• Tingkat Cerita	Ordinal	9,10
		Rekomendasi • Bersedia untuk merekomendasikan STIKes kepada orang lain	• Tingkat rekomendasi	Ordinal	11,12
		Ajakan • Mengajak Calon mahasiswa untuk daftar ke STIKes Budi Luhur	• Tingkat ajakan	Ordinal	13,14

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Kuesioner
Minat **(Y)**	Minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Djali (2008: 121)	**Perasaan senang** • Adanya perasaan senang terhadap mata kuliah unggulan yang ditawarkan oleh STIKes Budi Luhur Cimahi	• Tingkat kesenangan	Ordinal	15,16
		Ketertarikan Mahasiswa • Tertarik pada STIKes Budi Luhur untuk mengikuti proses pembelajaran	• Tingkat ketertarikan	Ordinal	17,18

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Kuesioner
Minat **(Y)**	Minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Djali (2008: 121)	**Perhatian Siswa** • Perhatian terhadap STIKes Budi Luhur dengan mengesampingkan yang lain	• Tingkat perhatian	Ordinal	19,20
		Keterlibatan mahasiswa • Tertarik pada STIKes Budi Luhur yang mengakibatkan calon mahasiswa merasa senang.	• Tingkat keterlibatan	Ordinal	21,22

Sumber: diolah oleh penulis tahun 2017

3.2.3 Sumber dan teknik penentuan data

3.2.3.1 Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dan data sekunder diuraikan sebagai berikut :

1. Data primer

   Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber datanya diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil penyebaran daftar pertanyaan (kuesioner) secara langsung kepada calon mahasiswa baru yang mendaftar pada STIKes Budi Luhur Cimahi.

2. Data sekunder

   Data sekunder penelitian ini diperoleh dari jumlah calon mahasiswa di STIKes Budi Luhur dalam kurun waktu 6 tahun terakhir dari tahun 2011 sampai 2016.

3.2.3.2 Teknik penentuan data

1. Populasi

Ferdinand, (2011 :215) Populasi adalah "Gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian."

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah rata-rata calon mahasiswa yang mendaftar pertahun pada STIKes Budi Luhur Cimahi yang berjumlah 291 calon mahasiswa.

2. Sampel

Ferdinand, (2011: 215) Sampel adalah "Subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin meneliti semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu."

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel adalah menggunakan teknik *accidental sampling*. Menurut Nanawi (2001:156) "*Accidental sampling* adalah teknik yang dalam pengambilan sampelnya tidak ditetapkan lebih dahulu, namun langsung mengumpulkan data dari unit sampling yang ditemuinya, setelah jumlahnya mencukupi, pengumpulannya dihentikan".

Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin:

$$\mathbf{n} = \frac{N}{1+Ne^2}$$

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan

$$n = \frac{291}{1+291(10\%)^2}$$

= 99,65 dibulatkan 100

Jumlah sampel didapat dengan menggunakan rumus Slovin dari populasi yang berjumlah 291, memiliki sampel sebanyak 100 calon mahasiswa

3.2.4 Teknik pengumpulan data

1. Data Primer (Kuesioner)

Sugiyono, (2008:199) Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada calon mahasiswa untuk dijawabnya. Kuesioner dibuat dengan menggunakan pertanyaan terbuka, yaitu terdiri dari pertanyaan- pertanyaan untuk menjelaskan identitas calon mahasiswa, dan pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang meminta calon mahasiswa untuk memilih salah satu jawaban yang tersedia dari setiap pertanyaan.

2. Data Sekunder (Dokumentasi)

Data sekunder penelitian ini diperoleh dari jumlah calon mahasiswa di STIKes Budi Luhur dalam kurun waktu 6 tahun terakhir dari tahun 2011 sampai 2016.

Pada penelitian ini penulis menggunakan skala likert dengan skor 1-5 sebagai acuan dalam membuat kuesioner, disesuaikan dengan indikator variabel dan pernyataan yang dibuat.

Tabel 3.3 Skala Likert

Variabel	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang setuju (KS)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber: Marzuki (2005:44)

3.2.4.1 Uji validitas

Sebelum melakukan pengolahan data, terlebih dahulu data yang dikumpulkan melalui kuesioner diuji melalui pengujian data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Agar proses pengujian maupun pengolahan data dapat dilakukan dengan cepat dan tepat, maka pengolahan data menggunakan sarana komputer yaitu aplikasi program SPSS 21.

Menurut Cooper (2006:720) validitas adalah ”*Validity is a characteristic of measuraenment concerned with the extent that a test measures what the researcher actually wishes to measure*”.

Berdasarkan definisi diatas, maka validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat *test* (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk

diukur. Suatu alat ukur disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur.

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing – masing pernyataan dengan skor total. Adapun rumus dari pada korelasi pearson adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{xy - \frac{(x)(y)}{N}}{\left[x^2 - \frac{(x)^2}{N}\right][y^2 - \frac{(y)^2}{N}]}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi pearson

x = skor item pertanyaan

y = skor total item pertanyaan

N = jumlah calon mahasiswa dalam pelaksanaan uji coba instrument

Uji keberartian koefisien r dilakukan dengan uji t (taraf signifikan 5%).

Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r\,(n-2)}{1-r^2} : db = n - 2$$

Dimana :

N = ukuran sampel

r = koefisien korelasi pearson

Taraf signifikansi ditentukan 5%. Jika diperoleh hasil korelasi yang lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 0,05 berarti butir pertanyaan tersebut valid. Apabila koefisien korelasinya > 0,255 maka pernyataan tersebut dinyatakan

valid, sedangkan jika korelasinya < 0,255 menunjukan bahwa data tersebut tidak valid.

Dalam mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2009:164) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.4

Interpretasi Nilai r

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak Tidak Tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak Tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat Tidak Tinggi

Sumber : Suharsimi Arikunto (2009:164)

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner benar-benar dapat menjalankan fungsinya. Seperti telah dijelaskan pada metodologi penelitian bahwa untuk menguji valid tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor totalnya. Apabila koefisien korelasi butir pernyataan dengan skor total ≤ 0,255 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Rangkuman hasil pengujian validitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas

Variabel	No.P	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Internet Marketing	1	0,499	0,300	Valid
	2	0,403	0,300	Valid
	3	0,355	0,300	Valid
	4	0,511	0,300	Valid
	5	0,530	0,300	Valid
	6	0,490	0,300	Valid
	7	0,529	0,300	Valid
	8	0,550	0,300	Valid
Word of Mouth	9	0,550	0,300	Valid
	10	0,574	0,300	Valid
	11	0,336	0,300	Valid
	12	0,474	0,300	Valid
	13	0,313	0,300	Valid
	14	0,362	0,300	Valid
Minat Calon Mahasiswa Baru	15	0,463	0,300	Valid
	16	0,423	0,300	Valid
	17	0,560	0,300	Valid
	18	0,671	0,300	Valid
	19	0,536	0,300	Valid
	20	0,489	0,300	Valid
	21	0,502	0,300	Valid
	22	0,400	0,300	Valid

Sumber: Olah data terlampir, 2017

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien validitas dari setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai kritis 0,30. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan untuk kedua variabel sudah valid dan layak

dijadikan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

3.2.4.2 Uji reliabilitas

Ferdinand, (2011:263) Sebuah *scale* atau instrumen pengukur data dan data yang dihasilkan disebut *reliable* atau terpercaya apabila instrumen tersebut secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dihasilkan pengukuran.

Untuk menguji reliabilitas digunakan rumus *Alpha Cronbach*. Kriteria reliabilitas yang digunakan adalah apabila nilai hasil hitung uji reliabilitas lebih atau sama dengan 0,6 dengan nilai toleransi 0.05.

Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan metode *Split Half* diperoleh hasil uji reliabilitas kuesioner masing-masing variabel sebagai berikut.

Tabel 3.6

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	*Split Half*	Titik Kritis	Kesimpulan
1	*Internet Marketing*	0,774	0,700	Reliabel
2	*Word of Mouth*	0,798		Reliabel
3	Minat Calon Mahasiswa Baru	0,764		Reliabel

Sumber: Olah data terlampir, 2017

Pada tabel 3.6 di atas terlihat bahwa nilai reliabilitas kuesioner masing-masing sebesar 0,774, 0,798 dan 0,764 (*Split Half*) dan lebih besar dari nilai kritis 0,700. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan yang digunakan sudah reliabel sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel sudah memberikan hasil yang konsisten.

3.2.5 Rancangan analisis dan pengujian hipotesis

3.2.5.1 Rancangan analisis

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif

Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Sugiyono (2012:29)

Analisis kualitatif dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif dengan menggunakan alat bantu analisis data statistik, baik yang deskriptif, digunakan dalam penelitian ini dengan maksud mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum. Penilaian calon mahasiswa atau tanggapan calon mahasiswa dilakukan dengan membuat pengkategorian sesuai dengan pernyataan dari Redi Panuju dalam bukunya komunikasi bisnis, yang menyatakan bahwa:”Untuk menentukan kategori tinggi, sedang, dan rendah terlebih dahulu harus menentukan nilai indeks minimum, maksimal, dan intervalnya serta jarak intervalnya sebagai berikut :

1. Nilai indeks minimum adalah skor minimum dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah calon mahasiswa.
2. Nilai indeks maksimal adalah skor maksimal dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah calon mahasiswa.
3. Interval adalah selisih antaranilai indeks maksimal dengan nilai indek minimum.
4. Jarak interval adalah interval ini dibagi jumlah jenjang yang diinginkan.

Penentuan kategori dalam ukuran persentase dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut :

Skor minimum dalam persentase $= \frac{\text{skor minimum}}{\text{skor maksimum}} \times 100\%$

$= \frac{1}{5} \times 100\%$

$= 20\%$

Skor maksimum dalam persentase $= \frac{\text{skor maksimum}}{\text{skor minimum}} \times 100\%$

$= \frac{5}{5} \times 100\%$

$= 100\%$

Interval dalam persentase = skor maksimum – skor minimum

$= 100\% - 80\%$

$= 20\%$

Panjang Interval dalam persentase $= \frac{\text{Interval}}{\text{jenjang}}$

$= 16\%$

Sehingga pengkategorian skor jawaban calon mahasiswa untuk masing-masing item penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 3.7

Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intesitas	Kriteria
20% - < 36%	Sangat Tidak Baik , Sangat Rendah
36% - < 52%	Tidak Baik , Rendah
52% - < 68%	Cukup Baik , Cukup
68% - < 84%	Baik , Tinggi
84% - < 100%	Sangat Baik , Sangat Tinggi

Sumber : Sugiyono, 2014:133

Dalam penelitian ini pengkategoriannya sebagai berikut :

Tabel 3.8

Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intesitas	Internet Marketing	Word of Mouth	Minat
20% - < 36%	Sangat Tidak Baik	Sangat Baik	Sangat Rendah
36% - < 52%	Tidak Baik	Tidak Baik	Rendah
52% - < 68%	Cukup Baik	Cukup Baik	Cukup Tinggi
68% - < 84%	Baik	Baik	Tinggi
84% - < 100%	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Tinggi

Sumber: Olah data terlampir, 2017

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif

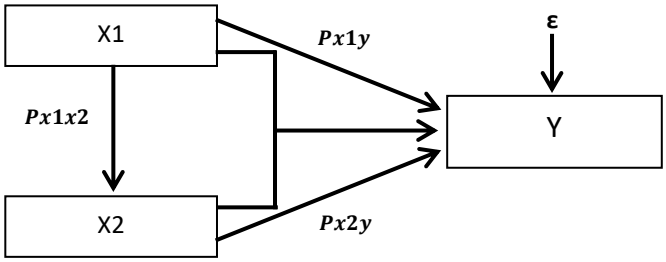
Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan. Mashuri (2009:45)

1.Analisis Jalur (*Path Analysis*) dan Asumsi Klasik

Analisis jalur adalah metode analisis data multivilariate dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung beberapa variabel independen terhadap variabel dependen yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antara X1 dan X2 terhadap Y.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa analisis jalur (*Path Analysis*) dalam penelitian ini merupakan metode yang digunakan untuk

mengetahui pengaruh langsung atau tidak langsung antara variabel *Internet Marketing* dan *Word of Mouth* dengan variabel Minat Calon Mahasiswa Baru. Adapun model analisis jalur yang digunakan adalah sebagai berikut :



Gambar 3.1
Model Analisis Jalur

Keterangan :

X1 = *Internet Marketing*

X2 = *Word of Mouth*

Y = Minat Calon Mahasiswa Baru

$Px1x2$ = Koefisien jalur *Internet Marketing* dan *Word of Mouth*

$Pyx1$ = Koefisien jalur *Internet Marketing* dan Minat Calon Mahasiswa Baru

$Pyx2$ = Koefisien jalur *Word of Mouth* dan Minat Calon Mahasiswa Baru

ε = Standar Error/Variabel lain yang mempengaruhi Minat Calon Mahasiswa Baru

Selanjutnya model tersebut dikonversi ke dalam persamaan-persamaan struktural untuk keperluan pengujian hipotesis. Persamaan-persamaan struktural tersebut adalah sebagai berikut :

$$Y = \rho yxX + \rho y\boldsymbol{\varepsilon_1}$$

$$Z = \rho zxX + \rho zyY + \rho z\boldsymbol{\varepsilon_2}$$

Keterangan :

X1 = *Internet Marketing*

X2 = *Word of Mouth*

Y = Minat Calon Mahasiswa Baru

P = Koefisien jalur

ε = Standar Error/Variabel lain yang tidak diteliti

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda (*multiplelinear regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas :

a)Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, mode lregresi memenuhi asumsi normalitas (**HuseinUmar, 2011:181)**.

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu:

a. Jika probabilitas >0,05 makadistribusi dari populasi adalah normal.
b. Jika probabilitas <0,05 makapopulasi tidak berdistribusi secara normal.

b) Uji Heteroskedastisitas

Menurut **Gujarati (2005:406)**, situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Rank Spearman yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (*error*) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

Selain itu, dengan menggunakan program SPSS, heteroskedastisitas juga bisa dilihat dengan melihat grafik *scatterplo t*antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SDRESID. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak membentuk pola tertentu yang teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c)Uji Multikolinieritas

Menurut **Frisch**, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinearitas bila terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibatnya model tersebut akan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya **(Mandala, 2001:268-270 dalam Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, 2011:198)**. Jika terdapat korelasi yang kuat diantara sesama variabel independen makakonsekuensinyaadalah :

1. Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
2. Nilai standar *error* setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar,yang mengakibatkan standar *error*nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF). Menurut **Gujarati (2003: 362)**, jika nilai *VIF* nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas.

1. Analisis korelasi

Analisis koefisien korelasi di gunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat keeratan atau kekuatan hubungan antara modal dendiri sebagai variabel X dan Sisa Hasil Usaha (SHU) sebagai variabel Y dengan menggunakan Pearson Product Moment. Menurut Sugiyono (2008 : 274), persamaan korelasi Pearson dengan rumus:”

$$r = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\} - \{n(\sum yi^2) - (\sum yi)^2\}}}$$

Dimana: -1 =*r* =+1

r = Koefisien korelasi

x = *Internet marketing, Word of mouth*

y = Minat

n = Jumlah calon mahasiswa

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.9 dibawah ini:

Tabel 3.9

Tingkat keeratan korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak ada hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber: Syahri Alhusin (2003:157)

2. Analisis koefisien determinasi

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari

$R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

d = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

3.2.5.2 Pengujian hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai dugaan atas jawaban sementara mengenaisesuatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris, untuk mengetahui apakahpernyataan (dugaan/jawaban) itu dapat diterima atau tidak. Dalam penelitian iniyang akan diuji adalah seberapa besar Pengaruh *Internet Marketing* (X1) dan *Word Of Mouth* (X2) terhadap Minat calon mahasiswa baru Pada Sekolah tinggi ilmu kesehatan Cimahi (Y) Langkah –langkah pengujian sebagai berikut:

1. Pengujian secara parsial

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebasterhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut:

a. Rumus uji t yang digunakan

$$thitung(x_{1,2}) = \frac{b_{1,2}}{se(b_{1,2})}$$

t_{hitung} diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

b. Hipotesis

H_0. $\beta = 0$, *Internet Marketing* tidak berpengaruh terhadap *Minat calon mahasiswa baru* pada Sekolah tinggi ilmu kesehatan Cimahi.

H_1. β ≠0, *Internet Marketing* berpengaruh terhadap terhadap *Minat calon mahasiswa baru* pada Sekolah tinggi ilmu kesehatan Cimahi.

Ho. β = 0, *Word of mouth* tidak berpengaruh terhadap *Minat calon mahasiswa baru* pada Sekolah tinggi ilmu kesehatan Cimahi.

H_2. β ≠0, *Word of mouth* berpengaruh terhadap *Minat calon mahasiswa baru* pada Sekolah tinggi ilmu kesehatan Cimahi.

Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila t_{hitung}< dari t_{tabel}(α= 0,05)

2. Pengujian secara simultan

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan tehadap variabel terikat.

a. Rumus uji F yang digunakan

$$F_{hitung} = \frac{JK_{Regresi} / k}{JK_{(Residu)} / \{n - (k+1)\}}$$

Dimana :

JK $_{residu}$ = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah Variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama –bersama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F-kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari

hasil perhitungan dengan *SPSS.* Jika nilai Fhitung> F-kritis maka H0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (*Internet Marketing* dan *Word of mouth*) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Minat calon mahasiswa baru) ditolak dan sebaliknya.

Menurut Sugiyono (2009:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumusan *Pearson.*

b. Hipotesis

H0 ; ß1, ß2 = 0, Tidak terdapat pengaruh *internet Marketing* dan *word of mouth* terhadap *Minat calon mahasiswa baru* pada Sekolah tinggi ilmu kesehatan Cimahi.

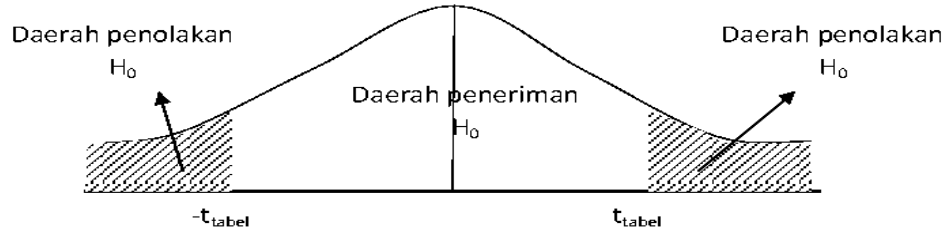
H1 ; ß1, ß2 ≠0, Terdapat pengaruh *internet Marketing* dan *word of mouth* terhadap *Minat calon mahasiswa baru* pada Sekolah tinggi ilmu kesehatan Cimahi.

Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila F_{hitung}>dari F_{tabel}(α= 0,05)

Apabila pada pengujian simultan H0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah yxi 0. Untuk mengetahui pyxi yang tidak sama dengan 0, maka dilakukan pengujian secara parsial.

Gambar 3.2 Daerah penerimaan dan penolakan H0



Sumber: Sugiyono (2009:185)