



**PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP  
MINAT DAN KEPUTUSAN MEMILIH KULIAH  
DI UNIVERSITAS HANG TUAH SURABAYA**

**TESIS**

Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen (MM)  
Pada Program Pasca Sarjana  
Program Studi Magister Manajemen  
Universitas Jember

**WINARTO**

**NIM : 000820101069**

Asst : Endah  
Pembelian  
Terima : Tgl. 24 JUL 2003  
No. Induk : SRS

TS  
Klasifikasi  
658.83  
WIN  
p  
e.1

**UNIVERSITAS JEMBER PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
2003**

## JUDUL TESIS

### PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP MINAT DAN KEPUTUSAN MEMILIH KULIAH DI UNIVERSITAS HANG TUAH SURABAYA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : WINARTO  
N I M : 000820101069  
Program Studi : MANAJEMEN  
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN

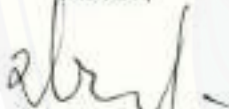
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

**04 MEI 2003**

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Manajemen Program Pascasarjana Universitas Jember.

#### Susunan Panitia Penguji

Ketua,



Prof. Dr. H. HARIJONO, SU.Ec.  
NIP : 130 350 765

Anggota I,



Dr. R. ANDI SULARSO, MSM.  
NIP : 131 624 475

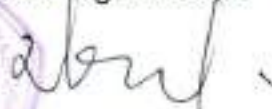
Anggota II,



Dr. H. SARWEDI, MM.  
NIP : 131 276 658



Mengetahui/menyetujui  
Universitas Jember Program Pascasarjana  
Program Studi Manajemen  
Ketua Pogram Studi



Prof. Dr. H. Harijono, SU. Ec.  
NIP : 130 350 765




**Lembar Pengesahan**

**TESIS INI TELAH DISETUJUI**

Tanggal April 2003

Oleh

**Pembimbing Utama,**



**Dr. H. Sarwedi, SE., MM.**  
NIP. 131 276 658


**Pembimbing,**



**Drs. Soebari Martoatmodjo, MM.**  
NIP. 130 936 206

Mengetahui

Universitas Jember Program Pascasarjana  
Program Studi Magister Manajemen  
Ketua Program Studi



**Prof. Dr. H. Harijono, SU.Ec.**  
NIP. 130 350 765



## UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan diiringi ucapan "*Alhamdulillah* *alabi'alamiin*" sebagai ungkapan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul : "Pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap minat dan keputusan memilih kuliah di Universitas Hang Tuah Surabaya.

Semenjak dari perencanaan, pelaksanaan penelitian dan penulisan tesis ini penulis telah banyak memperoleh bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak sebagaimana tersebut di bawah ini :

- ◆ Kepada Bapak Dr. H. Sarwedi, SE, MM selaku dosen pembimbing ketua atas perkenan untuk meluangkan waktu serta memberikan motivasi kepada penulis.
- ◆ Kepada Bapak Drs. H. Soebari Martoatmojo, MM selaku Co. pembimbing yang dengan telaten membimbing, mengarahkan dan mendorong penulis dalam penyelesaian tesis ini.
- ◆ Kepada Bapak Imam Suroso, SE, Msi yang berkenan memberikan waktu serta masukan-masukan, saran dan arahan atas penulisan tesis ini
- ◆ Kepada Bapak Prof. Dr. H. Harijono, SU, Ec selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Jember yang telah membantu memberikan fasilitas selama mengikuti Program Magister Manajemen.
- ◆ Kepada Bapak Dr. R. Andi Sularso, MSM selaku Sekretaris Program Studi Magister Manajemen Universitas Jember yang telah banyak membantu fasilitas selama mengikuti Program Magister Manajemen.
- ◆ Rektor Universitas Hang Tuah Surabaya atas dukungan moril dan materiil yang diberikan kepada penulis untuk memperoleh studi lanjut pada jenjang strata 2 (Program Magister Manajemen Universitas Jember).

- ◆ Kepada Istriku dan kedua anak tercinta yang telah banyak memberikan motivasi serta doa'a restu, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
- ◆ Teman-teman dan semua pihak yang telah membantu dan mendorong dalam penelitian dan penyusunan tesis ini

Akhirnya penulis sampaikan semoga tesis ini berguna bagi pihak-pihak yang terkait, penulis juga merasa tesis ini jauh dari sempurna oleh karena itu penulis menerima saran kritik yang membangun dari berbagai pihak

Jember, April 2003

Penulis





## RINGKASAN

Perilaku mahasiswa dalam pengambilan keputusan memilih tempat kuliah, dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik secara individu maupun secara bersama-sama. Perguruan Tinggi, khususnya dari lingkungan PTS, perlu mencermati berbagai faktor tersebut agar tidak mengalami penurunan jumlah pendaftar. Penurunan minat masyarakat untuk kuliah di Universitas Hang Tuah terjadi pada tahun 1998 – 2003, sehingga pengelola Universitas Hang Tuah perlu mencari penyebab penurunan minat tersebut.

Berdasarkan hal tersebut diatas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai "Pengaruh Sikap Norma Subyektif terhadap Minat dan keputusan memilih kuliah di Universitas Hang Tuah Surabaya", khususnya yang berkaitan dengan atribut referensi. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah sikap terhadap perilaku memiliki hubungan dengan munculnya keinginan, dan juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel lain yaitu norma subyektif dan kontrol perilaku terhadap pembentukan niat memilih kuliah di Universitas Hang Tuah.

Model pada penelitian ini merupakan modifikasi dari Theory of Planned Behavior (TPB) dengan memasukkan proposisi yang diajukan oleh Bagozzi (1992 : 189 ) mengenai proses pengelolaan diri. Modifikasi model dilakukan dengan membatasi hanya sampai tahap pembentukan niat/minat. Pertimbangan pembatasan ini berdasarkan teori yang mengenai sikap, niat merupakan satu-satunya determinan bagi tampilnya perilaku (Bagozzi, 1992 : 180). Dalam Theory of Planned Behavior (TPB), terbentuknya perilaku ditentukan oleh sikap yang dimiliki serta norma subyektif terhadap perilaku tertentu yang dirasakan. Selanjutnya dikatakan bahwa terbentuknya niat tidak berhubungan secara langsung dengan sikap yang dimiliki oleh seseorang, namun diperlukan proses agar sikap positif dapat diubah menjadi sebuah niat untuk berperilaku. Proses pengelolaan diri tersebut akan menimbulkan keinginan dalam diri individu yang bersangkutan dan keinginan ini selanjutnya berperan sebagai motivator bagi pembentukan niat berperilaku. Berdasarkan keterkaitan antar faktor tersebut, maka pada penelitian ini menggunakan model *Structural Equation Model (SEM)* dengan alat bantu *software Amos 4.0*.

Penelitian dilakukan dengan melakukan observasi langsung pada mahasiswa Universitas Hang Tuah melalui penyebaran kuesioner. Mengingat populasi heterogen dalam arti setiap fakultas punya daya tarik yang berbeda-beda terhadap konteks minat kuliah, maka teknik sampling untuk pemilihan mahasiswa sebagai responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah cluster sampling. Dimana untuk pengelompokan cluster dilakukan terhadap fakultas dan untuk setiap cluster atau fakultas akan dipilih responden dengan jumlah yang proporsional. Berdasarkan kenyataan bahwa anggota populasi sebanyak 433 mahasiswa, maka telah dipilih sebanyak 208 mahasiswa sebagai anggota sampel.

Berdasarkan hasil analisis, didapat kesimpulan bahwa (1) sikap berhubungan langsung dengan munculnya keinginan kuliah di Universitas Hang Tuah dengan koefisien jalur sebesar 0,467 dan probabilitas (signifikansi) sebesar 2,4%, (2) keinginan tidak memiliki hubungan yang positif dengan niat memilih kuliah di Universitas Hang Tuah dengan koefisien jalur sebesar -0,055 dan probabilitas (signifikansi) sebesar 35,7%, (3) Norma Subyektif tidak mempengaruhi niat memilih kuliah di Universitas Hang Tuah dengan koefisien jalur sebesar -0,104 dan probabilitas (signifikansi) 31,4%, (4) kontrol berperilaku yang dirasakan tidak turut mempengaruhi niat memilih kuliah di Universitas Hang Tuah dengan koefisien jalur sebesar 0,124 dan probabilitas (signifikansi) sebesar 22,8%, (5) pengaruh langsung dari variabel sikap terhadap variabel keinginan merupakan pengaruh yang paling besar, yaitu sebesar 46,7%.

Karena sikap memiliki hubungan langsung yang signifikan terhadap keinginan kuliah di Universitas Hang Tuah dan memiliki pengaruh yang paling besar, maka atribut-atribut pada variabel sikap perlu mendapat perhatian dari pihak pengelola Universitas Hang Tuah Surabaya. Dengan memperhatikan atribut pada variabel sikap ini, maka diharapkan keinginan masyarakat untuk memilih kuliah di Universitas Hang Tuah dapat ditingkatkan.



## ABSTRACT

Student behavior in taking decision for choosing the lecture place is influenced by various factors, both individually and collectively. College, particularly from Private College setting, needs to pay close attention to the various factors in order that not experienced the decline of registrar amount. The decline of public interest to follow a lecture at Hang Tuah University was happen in 1998-2003, so that the organizer of Hang Tuah University need to seek the causes of the interest decline.

Based in the matter above, the researcher interested to make the research about "Influence of Subjective Norm Attitude to Interest and Decision to Choose to Follow a Lecture at Hang Tuah University of Surabaya", specially related to referential attribute. This research have the purpose to know whether the attitude to the behavior have the relation with the appear of desire, and also have the purpose to know how other variable effect, that is, subjective norm and behavior control, to the intention formation to choose to follow a lecture at Hang Tuah University.

The model in this research is the modification from the Theory of Planned Behavior (TPB) by introduces the proposition proposed by Bagozzi (1992:189) about self-management process. The model modification was done by limited only to the intention/interest formation stage. Consideration of this restriction was based on the theory about attitude the intention was the only determinant for the behavior appears (Bagozzi, 1992:180). In the Theory of Planned Behavior (TPB), behavior formation was determined by the attitude being has and the subjective norm to certain behavior perceived. Further said that the intention formation is not direct related with the attitude someone has, but it was needed a process in order that the positive attitude can be changed to be an intention to have a certain behavior. The self-management process will generate the desire in the relevant individual and further this desire has a role as a motivator for the intention formation to have a certain behavior does. Based on the relation between the factors, then in this research is use the *Structural Equation Model (SEM)* with the *Amos 4.0 software* medium.

The research was done by conduct direct observation to the students of Hang Tuah University through questionnaire distribution. Where as the population is heterogeneous in the sense that each faculty has varied appeals to the lecture interest context, then the sampling technique to the student selection as the respondent used in this research is the cluster sampling. In which to the cluster classification is done to the faculty and for each cluster or faculty will chosen the respondent with the proportional amount. Based on the reality that population members of 433 students then have been chosen of 208 students as the sample members.

Based on the analysis results, it is obtained the conclusion that (1) the attitude is direct related to the desire appear to follow a lecture at Hang Tuah University with path coefficient of 0.467 and probability (significance) of 2.4%, (2) the desire is not have the positive relationship with the intention to choose to follow a lecture at Hang Tuah University with the path coefficient of -0.055 and probability (significance) of



35.7%, (3) the Subjective Norm is not influence the intention to choose to follow a lecture at Hang Tuah University with the path coefficient of  $-0.104$  and probability (significance) of 31.4%, (4) the behavioral control perceived is not also influence the intention to choose to follow a lecture at Hang Tuah University with the path coefficient of  $0.124$  and probability (significance) of 22.8%, (5) the direct effect from the attitude variable to the desire variable is the largest effect, that is of 46.7%.

Because of the attitude have the significant direct relationship to the desired to follow a lecture at Hang Tuah University and have the largest effect, then the attributes on the attitude variable is need to get the attention from organizer party of Hang Tuah University of Surabaya. By considering the attribute on this attitude variable, then expected the public desire to choose to follow to lecture at Hang Tuah University can be improved.



**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI</b> .....	iii
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iv
<b>RINGKASAN</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Landasan Teori .....	6
2.1.1. Perilaku Konsumen .....	6
2.1.2. Peran Perilaku dalam Pemasaran .....	9
2.1.3. Sikap .....	10
2.1.4. Pengaruh Sikap Terhadap Pengambilan Keputusan .....	11
2.1.5. Niat .....	12
2.1.6. Hubungan Sikap dengan Niat .....	14
2.1.7. Theory of Reasoned Action .....	14
2.1.8. Theory of Planed Behavior.....	17



2.1.9. Persamaan dan Perbedaan antara TRA dan TPB .....	19
2.1.10. Pengelolaan Diri pada Hubungan Sikap Dengan Niat .....	20
2.1.11. Keinginan .....	21
2.1.12. Perbedaan Keinginan dengan Sikap .....	22
2.1.13. Perbedaan Keinginan dengan Niat .....	23
2.1.14. Hubungan Sikap dan Niat .....	24
2.1.15. Pengaruh Keinginan terhadap Model Penelitian.....	24
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu .....	25
<b>BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS</b>	
3.1. Kerangka Konseptual Penelitian .....	28
3.2. Hipotesis .....	29
<b>BAB IV METODE PENELITIAN</b>	
4.1. Lokasi Penelitian .....	31
4.2. Populasi dan Sample .....	31
4.3. Identifikasi Variabel .....	33
4.4. Definsi Operasional .....	34
4.4.1. Norma Subyektif .....	34
4.4.2. Sikap terhadap Perilaku .....	34
4.4.3. Kontrol Keperilakuan .....	35
4.4.4. Niat / Minat .....	35
4.4.5. Keinginan .....	35
4.5. Pengukuran Variabel .....	36
4.5.1. Pengukuran Sikap .....	36
4.5.2. Pengukuran Kontrol Keperilakuan.....	37
4.5.3. Pengukuran Norma Subektif .....	38
4.5.4. Pengukuran Keinginan .....	37

4.5.5. Pengukuran Niat .....	38
4.6. Metode Pengambilan Data .....	38
4.7. Teknik Analisis .....	39
<b>BAB V HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN</b>	
5.1. Hasil Penelitian .....	43
5.1.1. Biodata Mahasiswa .....	43
5.1.2. Informasi Tentang Keluarga .....	45
5.1.3. Informasi Lain .....	46
5.1.4. Analisis Hasil Pengukuran Model .....	46
5.2. Pembahasan / Analisis Intepretasi Model .....	58
<b>BAB VI SIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1. Simpulan .....	64
6.2. Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.1. Penerimaan Mahasiswa UHT 5 Tahun Terakhir .....	1 .
5.1. Rekapitulasi Data Fakultas .....	43
5.2. Rekapitulasi Data Tentang Program Studi .....	44
5.3. Rekapitulasi Data Tentang Usia Mahasiswa .....	44
5.4. Rekapitulasi Data Tentang Kota Asal .....	45
5.5. Rekapitulasi Data Tentang Pekerjaan Kepala Keluarga .....	45
5.6. Rekapitulasi Data Tentang Keluarga Responden .....	46
5.7. Hasil Pengujian Faktor Sikap Terhadap Kreteria Good of-fit Indices..	48
5.8. Loading Factor dan Critical Ratio Indikator Faktor Sikap .....	48
5.9. Hasil Pengujian Faktor Norma Subyektif Terhadap Kreteria Good of-fit Indices.....	50
5.10. Loading Factor dan Critical Ratio Indikator Faktor Norma Subyektif..	51
5.11. Hasil Pengujian Faktor Kopntrol Prilaku Terhadap Kreteria Good of-fit Indices.....	52
5.12. Loading Factor dan Critical Ratio Indikator Faktor Kontrol Prilaku.....	53
5.13. Hasil Pengujian Faktor Keinginan Terhadap Kreteria Good of-fit Indices.....	54
5.14. Loading Factor dan Critical Ratio Indikator Faktor Keinginan.....	55
5.15. Hasil Pengujian Faktor Minat Terhadap Kreteria Good of-fit Indices....	57
5.16. Loading Factor dan Critical Ratio Indikator Faktor Minat .....	57
5.17. Hasil Pengujian Model Awal Lengkap Terhadap Kreteria Good of-fit Indices.....	59
5.18. Hasil Pengujian Model Lengkap Tahap Akhir Terhadap Kreteria Good of-fit Indices.....	60
5.19. Koefisien Jalu dan Probabilitas Signifikasi Hasil Pengujian Model	

Model Modifikasi .....	61
5.20. Pengukuran Terhadap Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung Dan Pengaruh Total .....	62





DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Theory of Reasoned Action .....	15
2.2. Theory of Planed Behavior .....	17
5.1. Confirmatory Analysis for Sikap .....	47
5.2. Confirmatory Analysis for Norma Subyektif.....	50
5.3. Confirmatory Analysis for Kontrol Perilaku.....	52
5.4. Confirmatory Analysis for Keinginan .....	54
5.5. Confirmatory Analysis for Niat / Minat .....	56
5.6. Model Lengkap Awal .....	58
5.7. Model Lengkap Modifikasi.....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. Kuesioner
2. Karakteristik Responden
3. Confirmatory Factor Analysis Sikap
4. Confirmatory Factor Analysis Norma Subyektif
5. Confirmatory Factor Analysis Kontrol Perilaku
6. Confirmatory Factor Analysis Keinginan
7. Confirmatory Factor Analysis Niat/Minat
8. Model Awal
9. Model Modifikasi





## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perguruan Tinggi dengan produknya yang berupa jasa pendidikan merupakan lembaga pendidikan tinggi yang berfungsi sebagaimana dicantumkan dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi sebagai tempat untuk menyelenggarakan pendidikan atau pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

Sesuai dengan UU No. 2 tahun 1989 tentang sistem pendidikan nasional dinyatakan bahwa masyarakat sebagai mitra pemerintah berkesempatan yang seluas-luasnya untuk berperan serta dalam penyelenggaraan pendidikan nasional. Di dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 30 Tahun 1990 pasal 2 ayat 1, yang dalam PP No. 60 Tahun 1999 tetap sama rumusannya, disebutkan bahwa tujuan pendidikan Tinggi adalah :

- a. Menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik dan atau menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi dan atau kesenian.
- b. Mengembangkan dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi dan atau kesenian serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional.

Fenomena ini menarik untuk dicermati, disadari bahwa organisasi apapun termasuk perorangan, tidak bisa menggambarkan pendekatan marketing. Bahkan ada yang menilai bahwa pada marketing jasa dianggap lebih memerlukan pemikiran khusus, sebab pemasar jasa tidak dapat menyatakan bahwa pendekatan pemasaran yang telah terbukti berhasil dalam bidang lain, dengan sendirinya berhasil pula dibidang jasa. Ini dikarenakan para pemasar jasa dihadapkan pada banyak kendala seperti tingginya ketidak pastian, keserbanekaan, produk yang terbatas, serta sulitnya dalam pengendalian kualitas.

Seperti halnya produk atau jasa lainnya, ketika konsumen akan memilih jasa pendidikan mereka dipengaruhi oleh banyak faktor baik faktor eksternal maupun internal. Pandangan yang berbeda dari konsumen atas kinerja setiap bidang studi pada suatu universitas baik secara fisik maupun non fisik menyebabkan adanya ketidak merataan jumlah peminat diantara bidang studi yang ada pada perguruan tinggi swasta.

Agar dapat memahami perilaku mahasiswa dalam memilih bidang studi, sebagai dasar dalam menentukan strategi pemasaran yang akan diterapkan oleh suatu perguruan tinggi maka perlu dipahami karakteristik serta bagaimana seorang mahasiswa membuat keputusan, serta berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku mereka dalam mengambil keputusan dalam mengambil bidang studi yang mereka minati.

Perilaku mahasiswa secara umum dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik secara individu maupun secara bersama-sama faktor tersebut dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih bidang studi yang diminatinya serta tempat atau perguruan tinggi yang akan digunakannya dalam menekuni bidang studi tersebut.

Beberapa pendapat mengatakan (Winarno, 1997 : 52) bahwa faktor yang melandasi pertimbangan mahasiswa dalam menentukan pilihan atas bentuk dan jenis pendidikan dapat berupa; a) citra / reputasi lembaga, b) program studi yang ditawarkan, c) dana / biaya yang harus dikeluarkan, d) fisik dan lokasi, e) kinerja personal yang terlibat dalam pengelolaan, serta faktor-faktor lain lain yang melekat pada diri mahasiswa seperti psikologi, sosial budaya maupun kelompok referensi. Sedangkan menurut (Loudon dan Bitta, 1993 : 26), menjelaskan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dibedakan kedalam dua yaitu faktor lingkungan eksternal yang terdiri dari faktor budaya, kelas sosial, kelompok sosial, keluarga, personal serta faktor lain. Lingkungan internal meliputi faktor processing, processing informal, belajar dan ingatan, kepribadian, sikap, motivasi, serta faktor keterlibatan



intensitas faktor-faktor tersebut akan berbeda ketika jenis produk / jasa yang akan dibeli juga berbeda.

Dalam konteks orientasi pada konsumen penting pula di analisis bagaimana perilaku konsumen , dalam hal ini khususnya pada perilaku pasca pembelian, apakah konsumen merasa puas atau sebaliknya karena hal ini akan sangat berpengaruh pada perilaku yang akan datang, sehingga kepuasan konsumen menjadi prioritas utama dimana tingkat kepuasan / harapan pelanggan serta pelaksanaan atau kinerja yang dilakukan haruslah sesuai.

Universitas Hang Tuah sebagai penyelenggara Perguruan Tinggi , seharusnya juga melaksanakan norma-norma dan aturan yang sesuai dengan aturan diatas, konsistensi dalam norma dan aturan tersebut tampak berjalan dengan baik, hal ini ditunjukkan oleh minat masyarakat memilih Universitas Hang Tuah sebagai pilihan untuk menempuh kuliah pada jenjang S1 (Strata satu) dan D3 (Diploma 3).

Tabel 1.1. Penerimaan Mahasiswa Universitas Hang Tuah 5 tahun terakhir

No	Tahun Akademi	Jumlah Mahasiswa
1.	1998 – 1999	512
2.	1999 – 2000	596
3.	2000 – 2001	569
4.	2001 – 2002	496
5.	2002 –2003	474

Sumber : Laporan PPMB UHT.

Dari tabel 1.1. terlihat bahwa pertumbuhan minat tersebut cukup signifikan pada pada tahun akademi 1998/1999 – 1999/2000, namun mulai tahun akademi 2001/2002 ada kecenderungan penurunan minat masyarakat untuk memilih kuliah di Universitas Hang Tuah .

Penurunan minat masyarakat untuk kuliah di Universitas Hang Tuah akan menjadi masalah besar bagi pengelola pendidikan tersebut, apabila tidak segera diantisipasi dengan baik artinya pengelola Universitas Hang Tuah perlu mencari penyebab penurunan minat tersebut.



Berdasarkan hal tersebut diatas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai “Pengaruh Sikap Norma Subyektif terhadap Minat dan keputusan memilih kuliah di Universitas Hang Tuah Surabaya”, khususnya yang berkaitan dengan atribut referensi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dengan berdasar pada latar belakang masalah yang diuraikan terdahulu, maka masalah pokok yang akan dibahas adalah :

- a. Apakah sikap yang dimiliki berhubungan langsung dengan munculnya keinginan memilih kuliah di Universitas Hang Tuah ?
- b. Apakah keinginan memiliki hubungan dengan pembentukan niat berperilaku memilih kuliah di Universitas Hang Tuah ?
- c. Apakah norma subyektif turut mempengaruhi pembentukan niat memilih kuliah di Universitas Hang Tuah ?
- d. Apakah kontrol perilaku yang dirasakan turut mempengaruhi pembentukan niat memilih kuliah di Universitas Hang Tuah ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

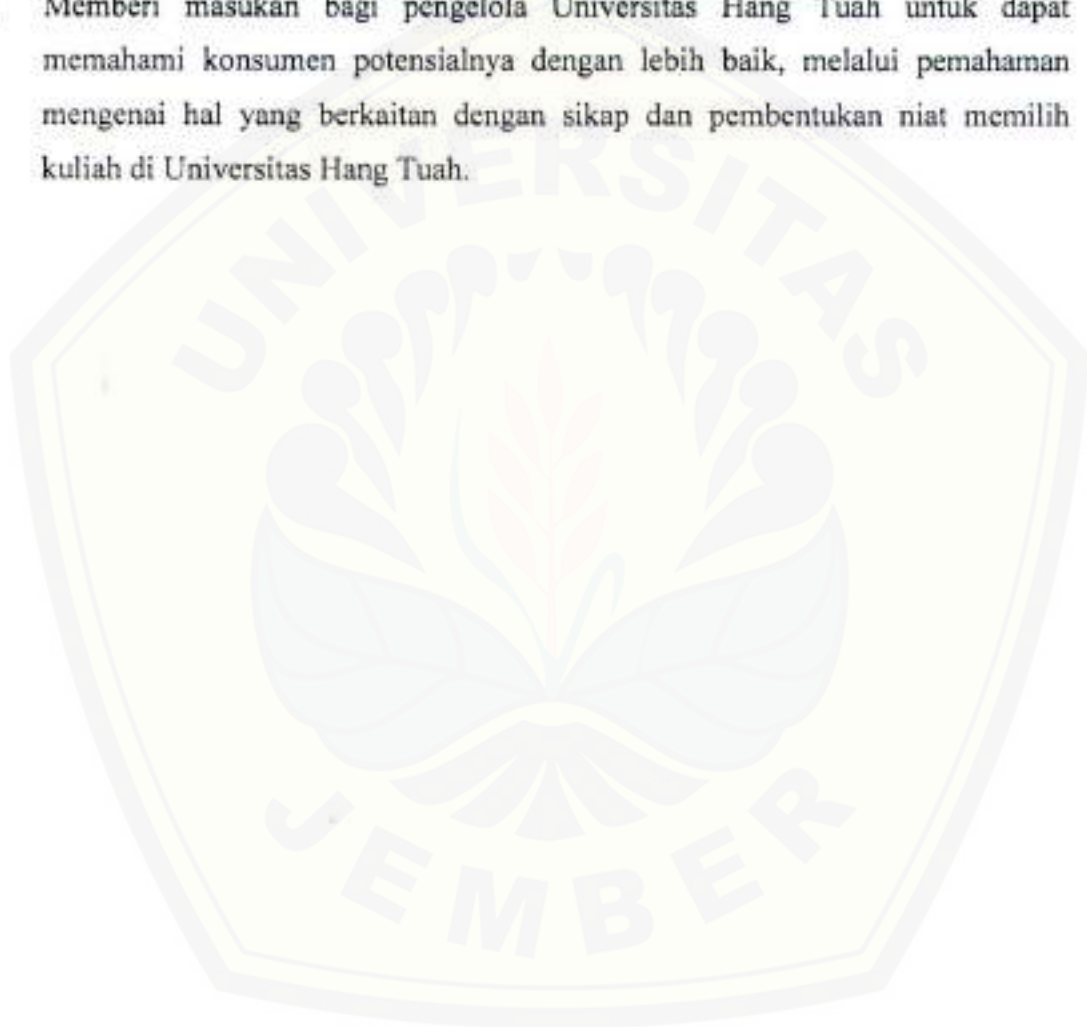
Mengacu pada latar belakang dan permasalahan yang telah dikemukakan, maka penelitian ini bertujuan :

- a. Untuk mengetahui apakah sikap terhadap perilaku memiliki hubungan dengan munculnya keinginan memilih kuliah di Universitas Hang Tuah.
- b. Untuk mengetahui apakah keinginan memiliki hubungan dengan pembentukan niat berperilaku memilih kuliah di Universitas Hang Tuah.
- c. Untuk mengetahui apakah norma subyektif turut mempengaruhi pembentukan niat memilih kuliah di Universitas Hang Tuah.
- d. Untuk mengetahui apakah kontrol perilaku turut mempengaruhi pembentukan niat memilih kuliah di Universitas Hang Tuah.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

- a. Diperoleh bukti awal tentang proses pengelolaan diri (self regulatory process), dalam hal ini peran keinginan pada hubungan sikap dan niat berperilaku.
- b. Memberi masukan bagi pengelola Universitas Hang Tuah untuk dapat memahami konsumen potensialnya dengan lebih baik, melalui pemahaman mengenai hal yang berkaitan dengan sikap dan pembentukan niat memilih kuliah di Universitas Hang Tuah.





## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Landasan Teori

#### 2.1.1. Perilaku Konsumen

Pemahaman terhadap perilaku konsumen akan memudahkan manajemen dalam upaya untuk mengembangkan produk atau jasanya sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Engel, Blackwell dan Miniard (1994 : 3) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut :

“...sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.”

Menurut Kotler dan Armstrong (2001 : 172) sekurang-kurangnya ada empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu Culture Factors (faktor budaya), Social Factors (faktor sosial), Personal Factors (faktor pribadi) dan Psychological Factors (faktor Psikologi)

##### a. Faktor budaya

Perilaku konsumen sangat ditentukan oleh budaya yang tercermin dalam :

- 1) Culture, kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan tingkah laku yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya.
- 2) Subculture, sekelompok orang yang mempunyai system nilai sama berdasarkan pada pengalaman hidup dan situasi
- 3) Social class, divisi masyarakat yang relatif permanen dan teratur dengan para anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan tingkah laku yang serupa.



Setiap perilaku atau tindakan konsumen ditata, dikendalikan oleh berbagai sistem nilai dan norma budaya, untuk itu perusahaan dituntut untuk mengertikan implikasi dari kebudayaan dimana perusahaan itu berada.

b. Faktor sosial

Selain faktor budaya, perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti :

- 1) The Consumer's small group, dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai sasaran individu atau bersama.
- 2) Family, adalah organisasi pembelian dari konsumen yang paling penting dalam masyarakat. Keputusan pembelian keluarga tergantung pada produk dan situasi, anggota keluarga individual menggunakan jumlah pengaruh yang berbeda.
- 3) Sosial roles and status, peran terdiri dari aktivitas yang diharapkan dilakukan seseorang menurut orang-orang yang ada disekitarnya. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat.

c. Faktor pribadi

Termasuk faktor pribadi adalah :

- 1) Age and life cycle stage, membeli juga dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya.
- 2) Occupation, pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya.
- 3) Economic situation, situasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk.
- 4) Lifestyle, pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang

yang diwujudkan dalam psikografiknya (teknik untuk mengukur gaya hidup dan mengembangkan klasifikasi gaya hidup).

- 5) Personality and concept, kepribadian adalah karakteristik psikologi unik dari seseorang yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan dirinya sendiri.

Usia berhubungan erat dengan perilaku dan selera seseorang. Bertambahnya usia seseorang biasanya diikuti juga dengan berubahnya selera terhadap produk. Faktor pekerjaan juga mempengaruhi pola konsumsi seseorang, sedangkan keadaan ekonomi cenderung mempengaruhi pemilihan barang dan jasa.

d. Faktor psikologi

Terdapat empat faktor psikologi utama yang mempengaruhi pilihan pembelian yaitu :

- 1) Motivation, adalah kebutuhan yang cukup menekan untuk mengarahkan seseorang mencari cara untuk memuaskan kebutuhan tadi.
- 2) Perception, adalah proses yang dilalui orang dalam memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia.
- 3) Learning, adalah perubahan dalam tingkah laku individual yang muncul dari pengalaman.
- 4) Beliefs and Attitudes, keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Sikap adalah evaluasi, perasaan dan kecenderungan dari seseorang terhadap suatu objek atau ide yang relatif konsisten.



### 2.1.2. Peran Perilaku Konsumen dalam Pemasaran

Perilaku konsumen menurut Solomon (1999 : 35) adalah suatu proses yang terjadi pada saat seseorang atau sekelompok orang menentukan pilihan, menggunakan atau menghentikan penggunaan suatu barang atau jasa, ide ataupun pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Perilaku konsumen merupakan suatu hal yang perlu dipahami utamanya produsen atau perusahaan. Bagi produsen atau perusahaan, pemahaman tentang perilaku konsumen bertujuan agar mengerti bagaimana seorang konsumen membuat keputusan untuk mengkonsumsi produk atau jasa dengan menggunakan sumber daya yang mereka miliki. Disamping itu dengan pemahaman tentang perilaku konsumen menurut Schiffman & Kanuk (1997 : 6 ) perusahaan dapat mengetahui barang atau jasa yang dibeli konsumen, alasan konsumen membeli, kapan pembelian dilakukan konsumen, dimana konsumen membeli serta bagaimana cara konsumen membeli barang atau jasa tertentu.

Pada akhirnya, pemahaman mengenai konsumen secara menyeluruh akan menunjang penyusunan strategi yang tepat, sehingga tujuan akhir yaitu kepuasan konsumen dapat dicapai. Pemahaman tentang konsumen menurut Solomon (1999 : 7 ) juga akan memberikan peluang bagi produsen atau perusahaan menjadi yang terbaik dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya.

Menurut Engel, Blackwell and Miniard (1999 : 320), dari beberapa faktor yang berpengaruh pada perilaku seorang konsumen, maka faktor sikap konsumen merupakan salah satu faktor yang berperan besar dalam membentuk perilaku konsumen. Kuatnya peran sikap dalam membentuk perilaku konsumen, menurut (Lutz,1991 dalam Kassajian and T.S Robertson, 1991 : 331), sehingga pemasar sering menggunakan sikap untuk meramalkan perilaku konsumen terhadap barang atau jasa tertentu.

Sikap konsumen terhadap perilaku dapat digunakan sebagai indikator peramalan perilaku, namun menurut Assael (1995 : 278) disamping itu sikap



konsumen juga dapat dimanfaatkan pemasar antara lain untuk mengetahui efektivitas pemasaran, untuk mengevaluasi keputusan pemasaran, untuk melakukan segmentasi pasar dan untuk pemilihan segmen pasar.

### 2.1.3. Sikap

Menurut Schiffman & Kanuk (1997 : 235) sikap adalah : “...*learned predisposition to behave in a consistently favorable or unfavorable way with respect to a given object.*” Dari batasan yang diberikan oleh Schiffman & Kanuk tersebut maka dapat dilihat bahwa sikap bukan sesuatu yang dibawa sejak lahir tetapi sesuatu yang dipelajari oleh individu. Sebagai sesuatu yang dipelajari maka sikap yang berkaitan dengan perilaku konsumsi atau membeli, terbentuk melalui informasi yang diperoleh dari orang lain, pengalaman langsung dengan produk yang dimaksud atau iklan melalui media massa ataupun berbagai bentuk pemasaran langsung misalnya dari katalog. Sikap tidaklah sama dengan perilaku tetapi merupakan hasil evaluasi terhadap obyek tertentu.

Hal lain yang terlihat dari batasan tersebut di atas adalah bahwa sikap memiliki karakteristik konsisten dalam arti sikap akan menimbulkan perilaku yang secara relatif sesuai dengan sikap tersebut. Arti kata “relatif” disini dimaksudkan untuk menjelaskan bahwa terkadang kita menjumpai seseorang menampilkan perilaku yang tidak sesuai dengan sikap yang dimilikinya. Kata konsisten disini tidak diartikan bahwa sikap merupakan sesuatu yang permanen dan tidak dapat berubah. Sikap yang dimiliki oleh seseorang dapat mengalami perubahan, terutama bila ada pengalaman atau informasi baru yang diperoleh individu tersebut.

Kata “obyek” yang ada pada batasan yang diberikan oleh Schiffman & Kanuk tersebut tidak hanya berarti benda tertentu tetapi haruslah diartikan secara luas. Kata “obyek” diatas mencakup juga konsep konsumsi atau pemasaran yang khusus seperti katagori produk, merek, jasa, kepemilikan atas sesuatu, penggunaan produk, masalah tertentu, iklan, harga, media tertentu ataupun pengecer tertentu.

#### 2.1.4. Pengaruh Sikap terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen.

Sikap, bersama-sama dengan beberapa keadaan yang berasal dari dalam diri konsumen lainnya seperti persepsi, belajar, kepribadian dan motivasi, mempengaruhi konsumen dalam tahap pengenalan akan kebutuhannya, pencarian sebelum pembelian dan evaluasi atas alternatif yang tersedia (Schiffman & Kanuk, 1997 : 567) sikap sebagai penilaian baik – buruk, suka – tidak suka individu atau konsumen atas obyek tertentu sangat mempengaruhi keputusan yang diambil oleh individu untuk mengkonsumsi atau tidak mengkonsumsi produk tertentu. Obyek yang dinilai konsumen sebagai produk yang tidak baik tentunya tidak akan dikonsumsi, sedangkan obyek yang dinilai baik tentunya akan dipertimbangkan pada saat konsumen melakukan pemilihan berbagai alternatif yang tersedia.

Sebagaimana telah diuraikan pada bagian terdahulu, sikap didasari oleh sejumlah keyakinan yang berkait dengan atribut yang melekat pada obyek. Keyakinan terhadap obyek tertentu inilah yang biasanya dipergunakan oleh individu sebagai kriteria untuk melakukan evaluasi terhadap produk yang akan dikonsumsi. Sebagai contoh, untuk produk televisi konsumen memiliki sikap yang positif terhadap merek Toshiba. Sikap positif ini dilandasi oleh keyakinannya atas sejumlah atribut penting yang dimiliki oleh Toshiba. Pada saat ia melakukan penilaian atas berbagai alternatif televisi yang tersedia maka sikap positif ini akan dipergunakannya sebagai pedoman untuk mengambil keputusan merek yang akan dibelinya.

Sikap dari konsumen memiliki pengaruh yang berbeda untuk produk yang memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi (high involvement) dan tingkat keterlibatan yang rendah (low involvement). Makin besar keterlibatan konsumen maka akan makin besar kaitan yang terjadi antara keyakinan dengan sikap yang dimilikinya dan antara sikap dengan perilaku yang akan ditampilkan (Assael, 1995 : 273). Sikap memiliki peran yang besar untuk pengambilan keputusan dengan keterlibatan yang



tinggi. Pada produk yang memiliki keterlibatan yang tinggi proses terjadi diawali dengan pembentukan keyakinan akan perilaku atau obyek tertentu oleh konsumen. Keyakinan ini kemudian disertai dengan pembentukan sikap terhadap perilaku atau obyek tertentu. Setelah sikap terbentuk baru kemudian konsumen memutuskan mengkonsumsi atau tidak mengkonsumsi produk tertentu.

Pada pengambilan keputusan untuk produk yang tingkat keterlibatannya rendah (low involvement) biasanya konsumen melakukan pembelian tanpa adanya pembentukan sikap terlebih dahulu. Pembelian atau konsumsi produk didasarkan pada keyakinan yang terbentuk secara pasif dan biasanya penilaian atas produk akan dilakukan setelah produk dikonsumsi. Namun demikian sikap yang terbentuk setelah pembelian atau pengonsumsiannya produk dengan keterlibatan yang rendah masih memiliki pengaruh untuk pembelian yang berikutnya.

#### 2.1.5. Niat

Fishbein & Ajzen (1975 : 180 ) mengatakan bahwa niat adalah "*Intentions person's location on subjective probability dimension involving a relation between himself and some action. A behavioral intention, therefore, refers to a person's subjective probability that he will perform some behavior.*" Dengan demikian niat yang dimiliki oleh seseorang menunjukkan seberapa besar kemungkinan ditampilkannya perilaku tertentu oleh orang tersebut. Dengan kata lain niat merupakan perkiraan akan tampil atau tidaknya sebuah perilaku (Sheth, Mittal and Newman, 1999 : 441). Dalam praktek pemasaran niat merupakan satu hal yang sangat penting untuk diketahui karena tidak jarang perilaku dari konsumen tidak selalu dapat diamati. Apabila pemasar mengalami kesulitan seperti itu maka pemasar mempergunakan niat untuk berperilaku sebagai indikator untuk mengetahui bagaimana perilaku yang akan ditampilkan konsumen (Assael, 1995 : 269). Hasil pengukuran atas niat ini kemudian digunakan sebagai dasar untuk penyusunan bauran pemasaran produk serta berbagai keputusan strategi pemasaran lainnya.



Menurut Dharmmesta ( 1998 : 83 ) niat memiliki karakteristik utama :

1. Niat dianggap sebagai "penangkap" atau perantara faktor motivasional yang mempunyai dampak pada suatu perilaku.
2. Niat menunjukkan seberapa keras seseorang berani mencoba.
3. Niat juga menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukan, dan
4. Niat adalah paling dekat berhubungan dengan perilaku selanjutnya.

Dari karakteristik tersebut maka niat adalah variabel perantara dan berada diantara sikap, dan juga variabel lainnya dengan perilaku. Variabel niat ini memiliki peran untuk mendorong seseorang melakukan perilaku yang dimaksud. Niat mencerminkan seberapa jauh orang akan berusaha menampilkan perilaku yang dimaksud (Dharmmesta, 1998 : 83). Apabila niat seseorang kuat maka ia pasti akan mau menempuh berbagai cara untuk dapat menampilkan perilaku. Sedangkan niat yang dimiliki oleh orang tersebut lemah maka diperkirakan bahwa ia tidak akan menampilkan perilaku atau mengalami hambatan maka ia akan segera melupakannya untuk menampilkan perilaku tersebut.

Sebagai contoh, seseorang yang memiliki niat yang kuat untuk mencapai nilai yang terbaik pada satu mata kuliah tertentu biasanya akan menyusun serangkaian rencana untuk dapat mewujudkan niat tersebut dalam perilaku. Apabila niat itu kuat maka ia akan menyusun rencana kapan dia ke perpustakaan untuk mencari buku yang berkaitan dengan mata kuliah tersebut, dia akan mengikuti semua kuliah untuk mata kuliah tersebut, bahkan dia membuat jadwal waktu untuk mengerjakan berbagai tugas yang berkaitan dengan mata kuliah tersebut. Namun bila niat untuk memperoleh nilai terbaik ini tidak ada atau sangat lemah, maka ia tidak akan berpikir untuk menjadwalkan dalam agendanya waktu untuk mengunjungi perpustakaan, untuk mengerjakan berbagai tugas yang mungkin harus dikumpulkan pada akhir semester ataupun tugas lain yang berkaitan dengan mata kuliah tersebut.

### 2.1.6. Hubungan Sikap dengan Niat

Cukup banyak teori dan model yang diajukan oleh para ahli dalam upaya mereka menjelaskan dan memahami hubungan yang ada antara sikap dan perilaku. Dari sekian banyak teori yang diajukan di bawah ini akan diuraikan mengenai dua buah teori yang menerangkan hubungan antara sikap dan perilaku. Kedua teori tersebut adalah *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang diajukan oleh Fishbein & Ajzen (1975) serta *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang diajukan oleh Ajzen (1985) dan Ajzen & Madden (1986) serta Bagozzi (1992).

### 2.1.7. Theory of Reasoned Action

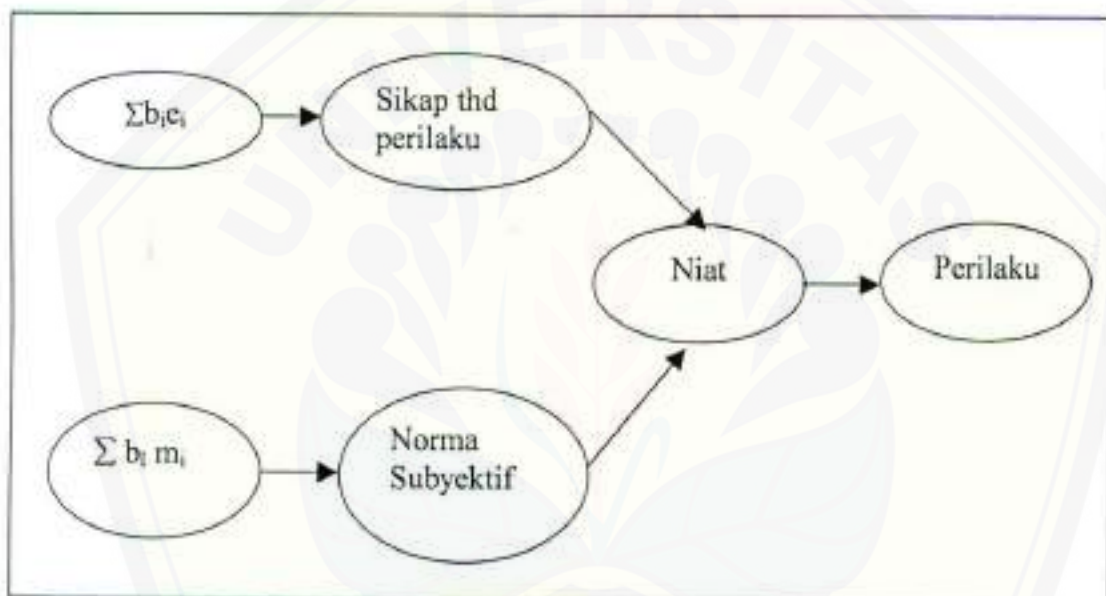
Theory of Reasoned Action (TRA) adalah teori yang merupakan pengembangan dari model multi-atribut yang diajukan oleh Fishbein. Dalam model multi-atribut sikap yang diukur adalah sikap terhadap produk (Solomon, 1999 : 222). Sikap dalam model ini merupakan penjumlahan seluruh konsekuensi yang berkait dengan produk atau jasa tertentu yang telah diberikan bobot. Bobot itu sendiri adalah merupakan evaluasi atau penilaian individu atas produk tertentu. Dalam Theory of Reasoned Action (TRA) yang diukur bukan perilaku terhadap produk melainkan sikap terhadap perilaku tertentu. Sikap terhadap perilaku membeli produk diyakini lebih mendekati gambaran akan kemungkinan berperilaku bila dibandingkan sikap terhadap produk tertentu (Schiffman & Kanuk, 1997 : 243). Hal tersebut terjadi karena konsumen telah mempertimbangkan faktor kemampuan atau sumber yang dimilikinya seperti daya belinya dan akses terhadap produk.

Selain menggunakan sikap terhadap perilaku Theory of Reasoned Action (TRA) menambahkan variabel baru sebagai prediktor yaitu variabel norma subyektif, dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan peramalan perilaku konsumen. Pada Theory of Reasoned Action (TRA) dikatakan bahwa perilaku konsumen dapat diramal melalui pengukuran atas niat untuk berperilaku. Sedangkan niat untuk



berperilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku dan norma subyektif (Schiffman & Kanuk, 1997 : 245). Sikap terhadap perilaku merupakan ukuran terhadap perasaan yang dimiliki oleh individu, atau dengan kata lain penilaian positif atau negatif terhadap perilaku tertentu. Norma subyektif adalah persepsi individu akan harapan pihak lain atau tekanan lingkungan sosial terhadap dirinya untuk menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu.

Gambar 2.1  
Theory of Reasoned Action



Sumber : Fishbein & Ajzen, 1975 dalam Bagozzi (1992 : 180)

Apabila peneliti hanya ingin melakukan peramalan perilaku yang mungkin ditampilkan oleh konsumen maka ia dapat melakukan hal tersebut dengan mengukur niat untuk berperilaku yang dimiliki konsumen dengan menggunakan skala niat (Schiffman & Kanuk, 1997 : 245). Namun demikian tidak tertutup kemungkinan bagi peneliti untuk mengetahui dan memahami latar belakang perilaku yang ditampilkan oleh konsumen dengan cara menelaah secara lebih mendalam sikap terhadap perilaku serta norma subyektif.



Telaah yang lebih mendalam untuk mengetahui latar belakang perilaku yang ditampilkan konsumen dimulai dengan mengukur sikap yang dimiliki oleh konsumen (lihat gambar 2.1). sikap ini mencerminkan seberapa positif atau favorable konsumen untuk berperilaku tertentu. Sikap ini dipengaruhi oleh keyakinan konsekuensi dan akibat yang mungkin timbul apabila ia berperilaku tertentu. Sikap juga dipengaruhi oleh bagaimana bobot yang diberikan konsumen atas konsekuensi dari sebuah perilaku. Apabila konsumen tidak menganggap konsekuensi berperilaku tertentu sebagai hal yang penting bagi dirinya maka ia akan memberikan bobot yang rendah. Apabila konsumen menganggap konsekuensi dari perilaku sebagai satu hal penting maka ia akan memberikan bobot yang tinggi.

Selanjutnya, dilakukan telaah atas norma subyektif yang berkaitan dengan perilaku yang diamati. Norma subyektif ini terbentuk atas keyakinan yang dimiliki oleh individu terhadap harapan orang lain bagi dirinya atau biasanya disebut sebagai keyakinan normatif. Norma subyektif ini juga ditentukan oleh kesediaan seseorang untuk memenuhi harapan tersebut atau yang biasanya disebut sebagai dorongan untuk patuh (*motivation to comply*). Dengan demikian norma subyektif merupakan gabungan keyakinan konsumen tentang harapan pihak lain terhadap dirinya dengan kesediaannya untuk berperilaku sesuai dengan harapan tersebut atau dengan kata lain mematuhi harapan tersebut.

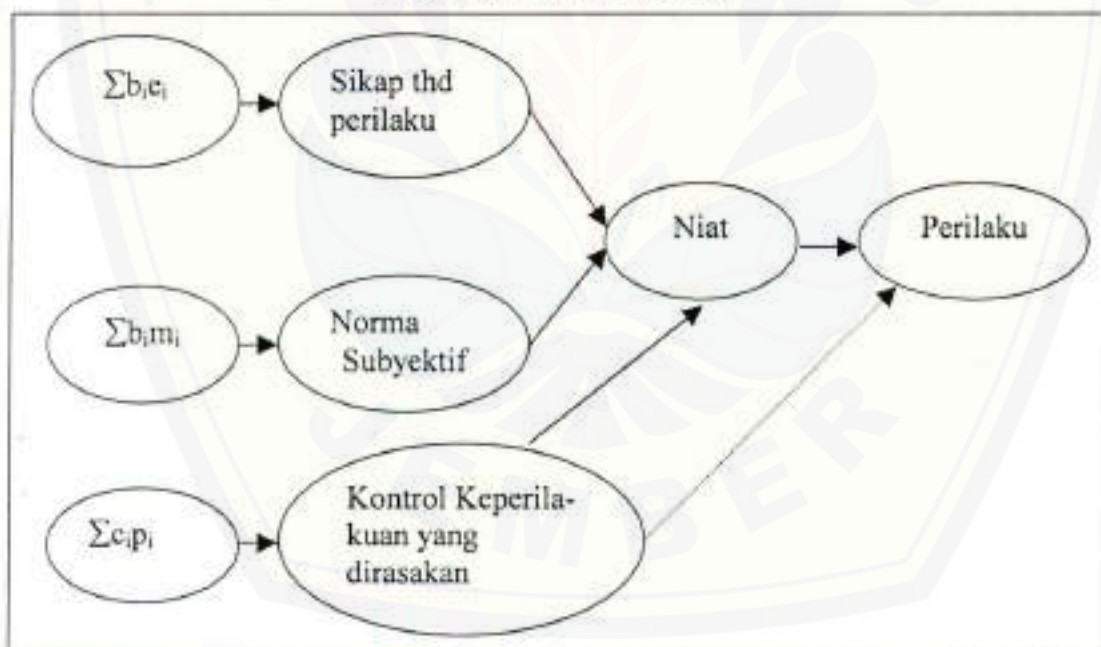
Theory of Reasoned Action (TRA) telah banyak dipergunakan untuk menerangkan berbagai perilaku konsumen karena mudah untuk dioperasionalisasikan dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari (Bagozzi, 1992 : 180). Walaupun teori ini banyak dipergunakan dalam upaya menjelaskan berbagai perilaku namun sesungguhnya Fishbein dan Ajzen (1980 dalam Bagozzi, 1992 : 180) membatasi teori hanya untuk menerangkan perilaku yang berada dibawah kehendak atau kemauan individu yang bersangkutan. Teori ini hanya ditujukan untuk menjelaskan perilaku yang diyakini mampu dilakukan oleh individu dan tidak akan mengalami hambatan pada waktu dilaksanakan. Meskipun teori dapat diaplikasikan

untuk berbagai perilaku, teori ini tidak dimaksudkan untuk diterapkan pada sikap terhadap obyek, orang maupun lembaga. Theory of Reasoned Action (TRA) tidak pula ditujukan untuk perilaku yang nonvolitional ataupun partially volitional dan juga tidak untuk sikap terhadap hasil akhir yang diharapkan terjadi (outcome)(Bagozzi, 1992 : 180).

#### 2.1.8. Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) yang diajukan oleh Ajzen (1991) dan Ajzen dan Madden (1986) merupakan pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA). Teori ini berusaha untuk menjelaskan perilaku yang tidak sepenuhnya berada dibawah kehendak individu yang bersangkutan.

Gambar 2.2  
Theory of Planned Behavior



Sumber : Bagozzi (1992), Khasanah & Dharmmesta (1999 : 83)



Dalam Theory of Planned Behavior (TPB), perilaku yang ditampilkan oleh seseorang timbul karena adanya niat untuk berperilaku. Sedangkan munculnya niat berperilaku ditentukan oleh tiga faktor penentu yaitu sikap terhadap perilaku, norma subyektif dan perceived behavioral control atau kontrol keperilakuan yang dirasakan (Bagozzi, 1992 : 180).

Variabel baru yang diperkenalkan didalam Theory of Planned Behavior (TPB) ini adalah kontrol keperilakuan yang dirasakan. Menurut Ajzen dan Madden (1986, dalam Bagozzi, 1992 : 180) yang dimaksud dengan kontrol keperilakuan yang dirasakan adalah keyakinan seseorang mengenai mudah tidaknya menampilkan perilaku tertentu. Keyakinan ini disebut sebagai keyakinan kontrol yaitu keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk menampilkan perilaku serta mengatasi hambatan yang mungkin timbul pada saat perilaku ditampilkan. Hambatan yang mungkin timbul pada saat perilaku ditampilkan dapat berasal dari dalam diri sendiri maupun dari lingkungan. Selain itu kontrol keperilakuan yang dirasakan ini juga dianggap sebagai cerminan pengalaman masa lalu yang dimiliki oleh individu (Dharmmesta, 1998 : 91).

Kontrol perilaku yang dirasakan ini memiliki dua pengaruh yaitu pengaruh terhadap niat berperilaku dan terhadap perilaku. Ajzen (1991, dalam Bagozzi, 1992 : 180) mengatakan bahwa kontrol keperilakuan yang dirasakan hanya memiliki pengaruh terhadap niat. Kontrol keperilakuan mempengaruhi niat didasarkan atas asumsi bahwa kontrol keperilakuan yang dirasakan oleh seseorang akan memberikan implikasi motivasi pada orang tersebut. Dalam arti bahwa niat akan terbentuk apabila seseorang merasa mampu untuk menampilkan perilaku. Selanjutnya, interaksi yang terjadi antara niat dengan kontrol keperilakuan yang dirasakan pada akhirnya akan mempengaruhi perilaku seseorang. Namun demikian dari sejumlah penelitian yang ada, disimpulkan bahwa pengaruh kontrol keperilakuan yang dirasakan hanya bersifat linier terhadap niat (Bagozzi, 1992 : 180).



Menurut Ajzen (1987, dalam Bagozzi, 1992 : 180) pengaruh kontrol berperilaku terhadap perilaku hanya akan terjadi apabila kontrol berperilaku berkaitan dengan kontrol individu secara nyata atas faktor internal ataupun eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku. Kaitan yang ada antara kontrol berperilaku dengan perilaku merupakan cerminan dari pengaruh diluar kehendak individu atas perilaku. Melalui kontrol berperilaku faktor-faktor ketidak-mampuan pribadi atau hambatan dari luar yang dapat mempengaruhi tampilnya tingkah laku dipertimbangkan sebagai hal yang dapat mempengaruhi niat seorang individu.

#### 2.1.9. Persamaan dan Perbedaan antara Theory of Reasoned Action (TRA) dan Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan teori yang melengkapi serta memperkuat kemampuan peramalan perilaku dengan menggunakan Theory of Reasoned Action (TRA). Kedua teori ini selain memiliki sejumlah persamaan tetapi memiliki perbedaan. Pada Theory of Reasoned Action (TRA) maupun Theory of Planned Behavior (TPB), perilaku yang dilakukan oleh individu dilihat sebagai sebuah variabel dependen yang dipengaruhi oleh sebuah variabel yaitu variabel niat berperilaku. Didalam melakukan peramalan niat berperilaku keduanya sama-sama menggunakan sikap terhadap perilaku dan norma subyektif sebagai variabel prediktor.

Walaupun kedua teori tersebut memiliki persamaan, namun terdapat pula perbedaan antara Theory of Planned Behavior (TPB) dan Theory of Reasoned Action (TRA). Perbedaan yang utama dari kedua teori ini adalah pada bagaimana asumsi yang mendasari pembentukan teori. Pada Theory of Reasoned Action (TRA), asumsi yang mendasarinya adalah bahwa setiap perilaku berada dibawah kendali atau kontrol individu yang bersangkutan. Berdasarkan Theory of Reasoned Action (TRA) maka setiap perilaku merupakan sesuatu yang secara sadar dapat dikendalikan oleh individu.

Sedangkan pada Theory of Planned Behavior (TPB), asumsi yang mendasarinya adalah bahwa tidak selamanya perilaku berada dibawah kendali atau kontrol individu. Didalam seseorang ber perilaku terdapat sejumlah hambatan yang mungkin mempengaruhi tampil tidaknya sebuah perilaku. Hambatan ini dapat berasal dan dalam diri maupun dan luar diri individu.

Perbedaan kedua teori tersebut tercermin pada digunakannya variabel ketiga sebagai prediktor terbentuknya niat. Apabila dalam Theory of Reasoned Action (TRA) pembentukan niat hanya ditentukan oleh dua variabel prediktor, maka pada Theory of Planned Behavior (TPB) terbentuknya niat ditentukan oleh tiga variabel dan variabel ketiga tersebut adalah variabel kontrol keprilakuan yang dirasakan. Variabel kontrol keprilakuan ini selain merupakan keyakinan individu akan kemampuan individu untuk mengatasi hambatan yang mungkin timbul dalam berperilaku tertentujuga mencakup pengalaman masa lalu yang dimilikinya (Dharmmesta, 1998 : 90).

Dalam penelitian ini digunakan Theory of Planned Behavior (TPB) karena perilaku sasaran yang diteliti merupakan perilaku memerlukan pertimbangan yang lebih dalam dibandingkan dengan perilaku tunggal lainnya. Perilaku sasaran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu memilih kuliah di Universitas Hang Tuah. Perilaku ini memang merupakan perilaku tunggal yang akan selesai dengan satu tindakan. Namun perilaku ini diikuti dengan keharusan untuk menampilkan serangkaian perilaku lain dalam jangka waktu yang cukup panjang. Dengan demikian ditampilkannya perilaku sasaran akan membutuhkan pertimbangan yang lebih mendalam dan diperkirakan akan sangat dipengaruhi oleh persepsi seseorang akan kemampuannya untuk menampilkan perilaku selanjutnya.

Kedua model yang telah diuraikan diatas, dapat disimpulkan bahwa Theory of Planned Behavior (TPB) memiliki keunggulan bila dibandingkan dengan Theory of Reasoned Action (TRA). Kelemahan utama Theory of Reasoned Action (TRA) dibandingkan dengan Theory of Planned Behavior (TPB) adalah karena asumsi yang



mendasari Theory of Reasoned Action (TRA) adalah bahwa setiap perilaku sepenuhnya berada dibawah kendali kemauan (*volitional control*) seseorang. Dalam kenyataannya tidak semua perilaku dapat dikendalikan oleh orang yang bersangkutan, bahkan perilaku yang sederhana sekalipun akan menghadapi permasalahan kontrol berperilaku (Sahni, 1994 : 243).

#### 2.1.10. Pengelolaan Diri pada Hubungan Sikap dengan Niat

Menurut Bagozzi (1992 : 180) niat berperilaku tidak cukup dapat dijelaskan melalui penjumlahan variabel sikap dan sejumlah variabel lainnya sebagaimana dijelaskan oleh teori terdahulu. Agar sikap dapat berubah menjadi niat diperlukan adanya proses pengelolaan diri, yaitu proses pemantauan (*monitoring*), penilaian (*appraisal*) dan penyesuaian (*coping*) yang dilakukan individu. Proses pengelolaan diri ini dapat membantu perubahan sikap menjadi niat dengan dasar asumsi bahwa ia mampu melakukan perilaku tersebut. Proses pengelolaan diri yang terdapat pada hubungan sikap dan niat ini melibatkan dua subproses yaitu pengelolaan diri konatif (*conative self regulation*) dan pengelolaan diri emosional (*emotional self regulation*). Bagozzi (1992 : 189) mengajukan hipotesa bahwa hubungan yang ada antara sikap dan niat akan terjadi apabila satu diantara kedua subproses tersebut berlangsung dalam diri seseorang.

Di dalam penelitian ini subproses pengelolaan diri yang akan digunakan dalam melakukan telaah terhadap hubungan sikap dan niat adalah subproses pengelolaan diri konatif. Pertimbangan pemilihan subproses konatif sebagai representasi proses pengelolaan diri dalam hubungan sikap dan niat adalah karena subproses konatif ini dapat dipelajari secara relatif lebih langsung, lugas dan nyata (*overt*). Melalui penjelasan proses pengelolaan diri dalam subproses ini diharapkan peramalan niat dengan Theory of Planned Behavior (TPB) akan menjadi lebih baik.



### 2.1.11. Keinginan

Subproses pengelolaan diri konatif yang terjadi pada individu akan muncul faktor yang dapat berperan sebagai motivator bagi seseorang untuk menampilkan atau tidak menampilkan niat untuk berperilaku tertentu. Faktor tersebut disebut keinginan (*desire*). Menurut Bagozzi (1992 : 191) keinginan adalah " ... *conative state directed toward approaching or avoiding something*". Keinginan merupakan suatu kondisi konatif dalam diri seseorang yang mengarahkan seseorang untuk mendekati atau menghindari sesuatu. Selain itu keinginan juga mengimplikasikan komitmen individu untuk melakukan sebuah perilaku.

Niat untuk menampilkan perilaku tertentu akan terbentuk apabila sikap disertai dengan adanya keinginan untuk memperoleh sesuatu dari tindakan yang dilakukan tersebut (Bagozzi, 1992 : 189). Seseorang yang menilai sebuah perilaku sebagai positif, yang berarti memiliki sikap yang positif, belum tentu memiliki keinginan untuk melakukan perilaku tersebut. Terkadang seseorang tidak berkeinginan untuk melakukan sebuah perilaku meskipun perilaku tersebut akan memberikan keuntungan atau menguntungkan bagi dirinya. Pada waktu yang lain seseorang justru akan melakukan perilaku yang tidak memiliki penilaian yang positifnya karena semata-mata orang tersebut menginginkannya.

### 2.1.12. Perbedaan Keinginan dengan Sikap

Keinginan mengimplikasikan adanya komitmen motivasional untuk melakukan tindakan, sedangkan sikap tidak memiliki muatan motivasional (Bagozzi, 1992 : 185). Hal ini tampak nyata pada seseorang yang memiliki sikap yang positif tetapi tidak memiliki niat berperilaku karena ia tidak menginginkannya. Sementara seseorang yang menginginkan sesuatu pasti akan terdorong atau tennotivasi untuk mencapai hal tersebut.

Keinginan dapat saja muncul berlandaskan sikap yang dimiliki oleh seseorang, tetapi adanya keinginan tidak mensyaratkan dimilikinya sikap tertentu

Sikap baru akan berperan apabila keinginan yang dimilikinya merupakan keinginan yang volitif dan bukan keinginan yang apatif (Bagozzi, 1992 : 187). Keinginan apatif tidak memerlukan adanya sikap tertentu. Misalnya, seseorang yang memiliki keinginan untuk makan es krim, ia tidak harus membentuk sikap terhadap es krim atau terhadap perilaku makan es krim terlebih dahulu agar ia memiliki keinginan untuk makan es krim. Sedangkan keinginan volitif memerlukan dasar sikap tertentu sebelum akhirnya keinginan dapat muncul. Misalnya, seseorang baru bisa memiliki keinginan untuk melanjutkan pendidikan kejenjang yang lebih tinggi apabila ia memiliki sikap yang positif terhadap pengembangan pribadinya melalui perluasan wawasan.

Perbedaan lainnya adalah bahwa keinginan selalu menuntut pemuasan (*to be satisfied*), sedangkan sikap tidak memerlukan pemuasan. Karena keinginan ini memerlukan pemuasan maka keinginan memiliki tenggang waktu yang terbatas. Apabila sebuah keinginan dapat terpuaskan atau terpenuhi maka keinginan tersebut akan hilang paling tidak untuk sejenak. Sedangkan apabila keinginan itu belum terpuaskan atau belum terpenuhi maka keinginan itu akan tetap ada sampai terpuaskan (Bagozzi, 1992 : 185).

### 2.1.13. Perbedaan Keinginan dan Niat

Menurut Orbell, Hodgkins dan Sheeran, (1997: 946) keinginan tidak sama dengan niat. Menurut Gollwitzer keinginan merupakan sebuah keadaan kemauan (*state of willing*), sedangkan niat biasanya berkaitan dengan dengan rencana tindakan (*state of planning*). Sedangkan keinginan merupakan kondisi dimana menghendaki tampilnya satu perilaku atau memperoleh sesuatu tanpa adanya pertimbangan mampu atau tidak.

Menurut Bagozzi (1992 : 185) keinginan tidak sama dengan niat, tetapi pembentukan niat mensyaratkan adanya keinginan untuk berperilaku. Seseorang yang memiliki keinginan untuk berperilaku tertentu belum tentu dapat dikatakan



bahwa ia memiliki niat untuk menampilkan perilaku. Pendapat yang diajukan oleh Bagozzi ini bertentangan dengan pendapat yang diajukan oleh Fishbein and Stasson (1990, dalam Bagozzi 1992 : 184) bahwa mengukur keinginan akan memberikan hasil yang mendekati ukuran niat yang dimiliki oleh seseorang.

Bagozzi (1992 : 186) mengajukan argumen untuk menunjang pendapatnya bahwa keinginan merupakan hal yang berbeda dengan niat. Dikatakannya bahwa keinginan akan mendorong kearah pembentukan niat hanya bila keinginan tersebut disertai dengan apa yang disebut kemampuan diri (*self efficacy*). Kemampuan diri ini merupakan konsep yang diajukan oleh Bandura (Bagozzi, 1992 : 180), yang berarti kepercayaan yang ada pada seseorang bahwa ia mampu melakukan perilaku tertentu. Konsep ini memiliki kesamaan arti dengan konsep kontrol keperilakuan yang dirasakan dalam Theory of Planned Behavior (TPB).

Apabila seseorang memiliki keinginan dan keinginan tersebut disertai dengan kemampuan diri maka akan terbentuk niat untuk berperilaku yang merupakan rencana untuk melakukan tindakan (Bagozzi, 1992 : 185). Adanya keinginan dalam diri seseorang belum tentu mengindikasikan adanya kemampuan diri orang tersebut, karena seringkali seseorang menginginkan sesuatu yang berada diluar kemampuannya. Namun apabila seseorang memiliki niat menampilkan perilaku tertentu maka dapat dipastikan bahwa ia memiliki kemampuan diri (Bagozzi, 1992 : 186).

#### 2.1.14. Hubungan Sikap dan Niat

Sikap tidak secara langsung berhubungan dengan niat, tetapi diperantarai dengan keinginan. Sikap dapat mengarah pada pembentukan niat dengan cara menstimulasi munculnya keinginan volitif dan membebaskan keinginan aperitif (Bagozzi, 1992 : 186). Keinginan appetitif adalah keinginan yang mengarah pada konsumsi benda tertentu dan perilaku mengkonsumsi . Keinginan ini tidak dilandasi oleh alasan untuk berperilaku tertentu. Sedangkan keinginan yang volitif adalah



keinginan yang didasarkan pada alasan tertentu. Dalam situasi yang kondusif, sikap akan berubah menjadi niat berperilaku dan sikap juga dapat berfungsi sebagai katalisator untuk melepaskan keinginan yang tersembunyi dalam diri seseorang.

Dari uraian diatas.maka dapat disimpulkan bahwa keinginan memiliki fungsi sebagai motivator untuk pembentukan niat berperilaku dan fungsi ini tidak dimiliki oleh sikap. Keinginan memiliki batas waktu tertentu dan memerlukan pemenuhan atau pemuasan. Dengan demikian apabila keinginan ini belum terpuaskan maka keinginan itu akan tetap ada dalam diri seseorang dan baru akan hilang setelah keinginan tersebut terpuaskan.

#### 2.1.15. Pengaruh Keinginan terhadap Model Penelitian

Model yang disusun dan akan diuji dalam penelitian ini merupakan modifikasi atas Theory of Planned Behavior (TPB) dengan menambahkan variabel keinginan di antara variabel sikap dan niat. Apabila sebelumnya sikap berhubungan secara langsung dengan niat, maka dengan dimasukkannya keinginan dalam model maka sikap tidak lagi memiliki hubungan langsung dengan niat. Hubungan yang terjadi diantara sikap dengan niat diperantarai oleh variabel keinginan.

Pada Theory of Planned Behavior (TPB) niat memiliki peran menangkap atau memperantarai berbagai faktor motivasional. Apabila dilihat dari model Theory of Planned Behavior (TPB) maka berbagai faktor motivasional yang menentukan pembentukan niat itu berasal dari sikap, norma subyektif dan kontrol berperilaku. Dengan dilakukannya modifikasi terhadap model maka niat sebagai variabel yang menangkap berbagai faktor motivasional tetap memiliki tiga determinan namun salah satu determinannya mengalami perubahan. Niat dalam model penelitian ini ditentukan oleh keinginan, norma subyektif dan kontrol berperilaku.

Pada penelitian ini sikap tidak memiliki hubungan secara langsung dengan niat namun sikap tetap memiliki peran yang cukup penting. Peran sikap dalam penelitian ini adalah sebagai pendorong untuk munculnya keinginan terutama

keinginan didasari oleh alasan tertentu, atau *volitive*. Dengan demikian terjadi perubahan dalam peran yang dimiliki oleh variabel sikap. Apabila sebelumnya peran sikap adalah sebagai determinan pembentuk niat, maka kini perannya berubah sebagai pendorong munculnya keinginan.

Keinginan merupakan suatu keadaan yang harus ada pada seseorang agar niat berperilaku dapat terbentuk. Apabila keinginan berlangsung dalam kondisi norma subyektif tertentu, dan disertai dengan kontrol berperilaku dalam tingkat yang cukup kuat maka kemungkinan terbentuknya niat akan bertambah besar. Diharapkan dengan adanya variabel keinginan dalam model penelitian, maka proses pembentukan niat yang terjadi dalam diri seseorang akan dapat dijelaskan secara lebih baik.

## 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Untuk memberikan gambaran dan kerangka berfikir dalam penelitian ini, maka perlu kiranya untuk membahas mengenai hasil-hasil penelitian terdahulu. Hasil penelitian terdahulu dimaksudkan untuk mendapatkan bahan acuan mengenai sikap dan minat mahasiswa terhadap keputusan memilih kuliah pada Universitas Hang Tuah Surabaya. Dari penelitian-penelitian tersebut, ada beberapa penelitian yang dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini yaitu :

### 2.2.1. Sri Kussujaniatun (2001) dengan judul "Analisis Minat Konsumen Briket Batubara : Suatu Studi Empiris".

Berdasarkan dari hasil penelitian tersebut menyatakan :

Bahwa hasil perhitungan dengan menggunakan Path Analysis menunjukkan bahwa variabel keyakinan (X1) dan evaluasi akan akibat dari suatu perilaku (X2) berpengaruh terhadap sikap konsumen untuk berperilaku (X5), selanjutnya pengujian taraf signifikansi pada masing-masing jalur dengan melihat koefisien jalur atau Beta (bb) dan kaidah yang dikemukakan Land (1969) serta Sudjana (1993), koefisien jalur



yang bermakna tersebut menunjukkan adanya pengaruh langsung dari keyakinan akan manfaat (0,488) dan evaluasi akan manfaat terhadap sikap berperilaku (0,158), tampak dari probabilitasnya berpengaruh sangat signifikan.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah pada analisis jalur, sedangkan perbedaannya adalah pada obyek penelitian serta penentuan jumlah responden maupun jumlah variabelnya.

### **2.2.2. Suharyani dan Achmad Sutanto (2001) dengan judul “Atribut Penentu Yang Mempengaruhi Sikap Nasabah Untuk Menyimpan Dana Di Baitul Maal Wat Tamwil”**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian menyatakan :

Penelitian ini telah mengidentifikasi karakteristik demografis nasabah BMT, dan menyelidiki preferensi sikap serta atribut yang mempengaruhi sikap nasabah terhadap minat untuk menyimpan dana di BMT dengan memakai model sikap Fishbein. Hasil-hasilnya dapat disarikan sebagai berikut :

- a. Karakteristik demografis, mayoritas termasuk dalam kelompok tenaga kerja usia produktif, pendidikan bervariasi dari tingkat sekolah dasar hingga sarjana; mayoritas bekerja di sektor informal dengan penghasilan bersih rata-rata kurang dari Rp. 750.000,- per bulan dan lokasi kerja relatif dekat dengan BMT.
- b. Preferensi sikap nasabah terhadap atribut-atribut pemasaran BMT dapat diurutkan (dari peringkat satu hingga sembilan) sebagai berikut : keamanan simpanan ditinjau dari perspektif agama, kualitas pelayanan, profesionalisme pengelola, keterjangkauan lokasi, reputasi, akses pada pembiayaan, keamanan ekonomi simpanan, imbalan bagi hasil dan hadiah / bonus.
- c. Berdasarkan urutan di atas, maka atribut yang terutama mempengaruhi sikap nasabah adalah atribut keamanan ditinjau dari perspektif agama, disusul oleh kualitas pelayanan.

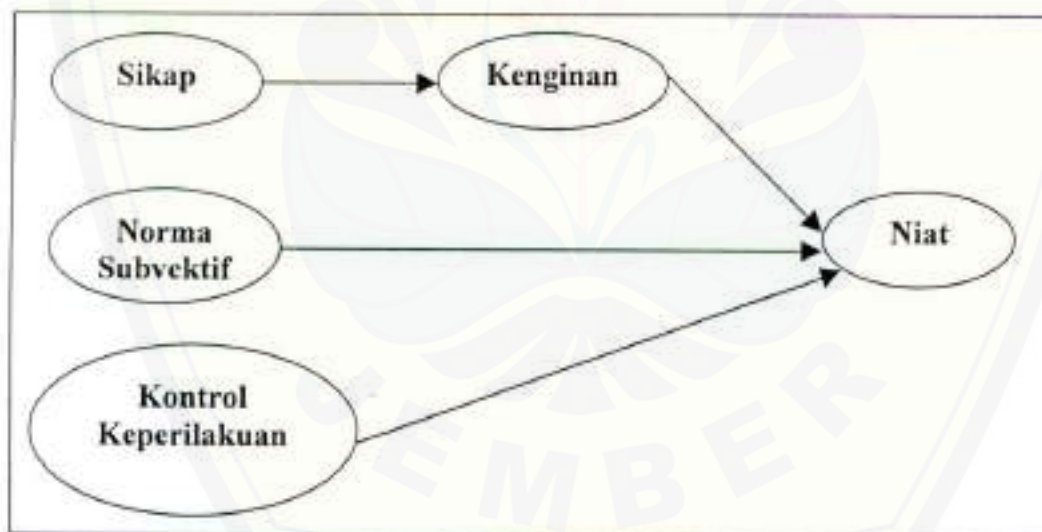


### BAB III

#### KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

Peranan keinginan dalam hubungan antara sikap dan niat merupakan titik sentral dalam penelitian ini. Peran yang dimiliki keinginan ini didasarkan pada proposisi yang diajukan oleh Bagozzi (1992 : 189) mengenai proses pengelolaan diri yang terjadi dalam tiga hubungan yang ada dalam model sikap. Proposisi mengenai adanya keinginan yang muncul sebelum terbentuknya niat inilah yang akan dibuktikan dalam penelitian ini. Namun demikian sebelum dilakukan pengujian atas proposisi tersebut akan terlebih dahulu diuraikan model yang akan digunakan dalam penelitian ini serta hipotesis yang disusun untuk diuji.

##### 3.1. Kerangka Konseptual



Kerangka yang disusun untuk penelitian ini merupakan modifikasi dari teori Theory of Planned Behavior (TPB) dengan memasukan proposisi yang diajukan oleh Bagozzi (1992 : 189 ) mengenai proses pengelolaan diri. Walaupun proses tersebut terjadi pada setiap hubungan dalam kerangka dasar mengenai sikap, namun



yang diteliti dalam penelitian ini hanya difokuskan pada proses pengelolaan diri yang terjadi pada hubungan sikap dengan pembentukan niat/minat. Proses pengelolaan diri dalam hubungan sikap dan niat ini juga secara lebih khusus dibatasi pada subproses pengelolaan diri konatif. Subproses pengelolaan diri konatif ini akan memunculkan keinginan yaitu suatu keadaan konatif yang akan mengarahkan seseorang untuk mendekati atau menghindari sesuatu.

Pada penelitian ini modifikasi model dilakukan dengan membatasi hanya sampai tahap pembentukan niat/minat. Pertimbangan pembatasan ini berdasarkan teori yang mengenai sikap, niat merupakan satu-satunya determinan bagi tampilnya perilaku (Bagozzi, 1992 : 180).

### 3.2. Hipotesis

Menurut Theory of Reasoned Action (TRA) yang diajukan oleh Fishbein and Ajzen (1975), maupun Theory of Planned Behavior (TPB) yang diajukan oleh Ajzen (1991, dalam Bagozzi, 1992 : 180) adalah sikap merupakan salah satu determinan yang menentukan pembentukan niat berperilaku yang dimiliki seseorang. Dalam Theory of Reasoned Action (TRA) dikatakan bahwa sikap sebagai penilaian positif atau negatif yang dimiliki oleh seseorang akan perilaku serta norma subyektif merupakan dua hal utama yang mempengaruhi pembentukan niat, sedangkan dalam Theory of Planned Behavior (TPB), terbentuknya berperilaku selain ditentukan oleh sikap yang dimiliki serta norma subyektif terhadap perilaku tertentu yang dirasakan. Namun Bagozzi (1992 : 185) mengatakan bahwa terbentuknya niat tidak berhubungan secara langsung dengan sikap yang dimiliki oleh seseorang, namun diperlukan proses agar sikap positif dapat diubah menjadi sebuah niat untuk berperilaku. Proses pengelolaan diri tersebut akan menimbulkan keinginan dalam diri individu yang bersangkutan dan keinginan ini selanjutnya berperan sebagai motivator bagi pembentukan niat berperilaku. Atas dasar hubungan sikap dan pembentukan niat yang diajukan terutama dari Theory of Planned Behavior (TPB)

serta proposisi yang diajukan oleh bagozzi mengenai keinginan sebagai hasil proses pengelolaan diri yang terjadi dalam diri individu maka hipotesa yang diajukan adalah :

1. Sikap berhubungan langsung dengan munculnya keinginan memilih kuliah Universitas Hang Tuah.
2. Keinginan memiliki hubungan yang positif dengan niat memilih kuliah di Universitas Hang Tuah
3. Norma Subyektif mempengaruhi niat memilih kuliah di Universitas Hang Tuah.
4. Kontrol perilaku yang dirasakan turut mempengaruhi niat memilih kuliah di Universitas Hang Tuah.







## BAB IV

## METODE PENELITIAN

## 4.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi Universitas Hang Tuah Surabaya, sedangkan untuk penelitian adalah mahasiswa Universitas Hang Tuah Surabaya.

## 4.2 Populasi dan sampel

## 1. Populasi

Dalam penelitian ini populasi meliputi mahasiswa baru angkatan 2002 / 2003 Universitas Hang Tuah Surabaya yang telah melakukan registrasi pada semester gasal tahun akademi 2002 / 2003.

## 2. Sampel

Oleh karena adanya berbagai keterbatasan dalam penelitian ini tidak dilakukan terhadap semua populasi, tetapi pada sebagian populasi yang dapat mewakilinya. Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi dapat digunakan pendekatan rumus Slovin yang dikutip Husein Umar (1999 : 49) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{433}{1 + 1,0825} = 208$$

dimana :

n = ukuran sampel

N= ukuran populasi

e = prosen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolehir 5 %.

## 3. Teknik Sampling

Mengingat populasi heterogen dalam arti setiap fakultas punya daya tarik yang berbeda-beda terhadap konteks minat kuliah, maka teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah cluster sampling. Dimana untuk pengelompokan cluster dilakukan terhadap fakultas dan untuk setiap cluster atau fakultas akan dipilih responden dengan jumlah yang proporsional.

N (FTK)	=	68
N (FT)	=	64
N (FKU)	=	132
N (FKG)	=	45
N (FLA)	=	59
N (FH)	=	65

---

N (populasi)		433
--------------	--	-----

Jadi banyaknya anggota sampel pada masing-masing fakultas adalah :

$$N(\text{FTK}) = \frac{68}{433} \times 208 = 33$$

$$N(\text{FT}) = \frac{64}{433} \times 208 = 31$$

$$N(\text{FKU}) = \frac{132}{433} \times 208 = 63$$

$$N(\text{FKG}) = \frac{45}{433} \times 208 = 21$$



433      208      22

$$N(\text{FIA}) = \frac{59}{433} \times 208 = 28$$

$$N(\text{FH}) = \frac{65}{433} \times 208 = 31$$

Keterangan :

FTK = Fakultas Teknologi Kelautan

FT = Fakultas Teknik

FKU = Fakultas Kedokteran Umum

FKG = Fakultas Kedokteran Gigi

FIA = Fakultas Ilmu Administrasi

FH = Fakultas Hukum

#### 4.3 Identifikasi Variabel

Berdasarkan model penelitian yang telah diuraikan pada bab terdahulu, maka variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

A. Exogenous Variabel :

- a. Sikap
- b. Norma Subyektif
- c. Kontrol Perilaku

B. Endogenous Variabel

- a. Keinginan
- b. Niat/Minat

#### 4.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada kita suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasi yang diperlukan untuk mengukur variabel atau konstruk tersebut (Nasir, 1999:152). Berdasarkan definisi operasional variabel penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

##### 4.4.1. Norma Subyektif

Persepsi individu atas apa yang diharapkan orang lain terhadap dirinya berkaitan dengan perilaku sasaran. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- Pengaruh keluarga
- Pengaruh teman SMU
- Pengaruh guru SMU
- Pengaruh alumni

##### 4.4.2. Sikap terhadap perilaku

Sikap adalah penilaian terhadap pemilihan kuliah melalui tanggapan positif atau negatif setelah mereka menyakini dan mengevaluasi secara menyeluruh tentang atribut-atribut produk Universitas Hang Tuah dengan beberapa konsekuensi yang diperolehnya. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- Kurikulum
- Kegiatan Kuliah
- Fasilitas Pendidikan
- Fasilitas Pendukung
- Metode Pengajaran
- Pelayanan Administrasi
- Informasi pendidikan



#### 4.4.3 Kontrol Perilaku yang dirasakan

Penilaian individu atas kemampuan untuk menampilkan atau melakukan perilaku sasaran serta hambatan yang mungkin muncul saat berperilaku, baik yang berasal dari dalam diri maupun dari luar diri sendiri. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- Biaya pendidikan relatif murah
- Lokasi strategis (mudah dijangkau)
- Jaminan keamanan atau ketertiban
- Jaminan atas ketepatan masa studi

#### 4.4.4. Niat / Minat

Niat adalah niat untuk tetap kuliah di Universitas Hang Tuah karena adanya sikap positif setelah meyakini dan mengevaluasi manfaat atribut produk serta adanya norma subyektif yang diyakini oleh mahasiswa sehingga termotivasi untuk menuruti kehendak referen bahwa tetap kuliah di Universitas Hang Tuah merupakan pilihan yang paling tepat. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- Aktivitas mengikuti test masuk
- Informasi pilihan program studi
- Keberhasilan para almuni dimasyarakat
- Jaminan masa depan mahasiswa

#### 4.4.5. Keinginan

Dorongan yang dirasakan timbul untuk melakukan perilaku sasaran, yang didasarkan pada kebutuhan. Apabila tidak dipenuhi dorongan ini akan menimbulkan keadaan tidak seimbang dalam diri individu sehingga dorongan ini akan tetap ada sampai kebutuhan yang mendasarinya. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- Wujud keinginan
- Wujud kepuasan

- Wujud kebahagiaan
- Wujud kekuatan
- Wujud kebutuhan

#### 4.5. Pengukuran Variabel

##### 4.5.1. Pengukuran sikap

Variabel sikap di dalam penelitian ini akan diukur dengan cara pengukuran langsung. Penggunaan pengukuran langsung ini diambil karena hasil penelitian Burnkrant dan Page (1982), menunjukkan bahwa pengukuran langsung terhadap sikap dan pengukuran tidak langsung melalui keyakinan kognitif (cognitive belief) memiliki validitas konvergen dan tidak menunjukkan adanya perbedaan yang berarti. Dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa pengukuran sikap, baik yang didasari oleh keyakinan ataupun pengukuran langsung atas efek yang dimiliki merupakan alternatif bentuk pengukuran konstruk yang sama.

Kekuatan peramalan sikap dalam meramalkan perilaku konsumen oleh pemasar seringkali menjadikan sikap konsumen sebagai dasar untuk menentukan pasar sasaran serta berbagai hal lain yang berkaitan dengan strategi pemasaran (Assael, 1995 : 278). Mengingat pentingnya peran sikap dalam berbagai keputusan strategik pemasaran maka diperlukan cara yang tepat untuk mengukur sikap. Pengukuran atas sikap biasanya dilakukan melalui beberapa cara seperti skala sikap, kuesioner, wawancara, tes proyektif dan pengamatan atas perilaku nyata.

Pengukuran sikap dilakukan melalui 7 buah pernyataan yang ditempatkan dalam 5 buah pasangan kata. Kelima pasangan kata tersebut adalah sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju. Pernyataan akan ditempatkan dalam satu kontinum yang berisikan lima katagori penilaian. Sikap yang dimiliki oleh sampel akan simpulkan dengan menjumlahkan nilai jawaban atas pernyataan yang diberikan.



#### 4.5.2. Pengukuran Kontrol Perilaku

Variabel kontrol merupakan penilaian individu akan kemampuannya untuk berperilaku dan hambatan yang mungkin timbul saat menampilkan perilaku. Variabel ini akan diukur secara langsung melalui 4 pernyataan yang akan ditempatkan dalam skala lima angka sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

#### 4.5.3. Pengukuran Norma Subyektif

Seperti juga untuk pengukuran variabel sikap, variabel norma subyektif juga akan diukur dengan cara langsung menanyakan pertanyaan standard yang bisa digunakan dalam penelitian sikap dan niat. Pengukuran dengan cara langsung ini ditempuh karena berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Burnkrant dan Page (1982), konstruk keyakinan normatif tidak memiliki validitas diskriminan dengan norma subyektif secara umum. Dari hasil penelitian tersebut diketahui bahwa seluruh keyakinan normatif dan ukuran norma subyektif secara umum konvergen mengukur konstruk yang unidimensional (tunggal).

Dalam penelitian ini, variabel diukur dengan menggunakan pernyataan standar yang dianjurkan dan yang biasa digunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan sikap (Chan & Lau, 1998 : 90) dengan menambahkan spesifikasi perilaku sasaran yang diteliti. Pernyataan tersebut adalah :

“Kebanyakan orang yang saya anggap penting berpikir bahwa saya harus memilih kuliah di Universitas Hang Tuah pada Thn. Akademi 2002 – 2003.”

Pernyataan ini akan ditempatkan dalam skala lima angka sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

#### 4.5.4. Pengukuran Keinginan

Salah satu cara untuk mengukur keinginan yang dimiliki seseorang adalah dengan menanyakannya secara langsung seberapa kuat keinginan yang dimilikinya. Indikasi lain dari keinginan yang dimiliki seseorang adalah dengan melihatnya

melalui ketetapan, ketahanannya akan perubahan, ketenangan yang dicapai apabila keinginan tersebut terhambat (Bagozzi, 1992 : 186). Indikator lainnya yang lebih nyata adalah seberapa besar usaha yang ditampilkan oleh seseorang untuk memperoleh atau mewujudkan keinginannya. Keinginan ini akan diukur melalui item-item pernyataan yang ditempatkan dalam skala lima angka sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

#### 4.5.5. Pengukuran Niat

Dalam model yang berupaya menjelaskan hubungan sikap dan perilaku, niat merupakan satu-satunya penentu perilaku, maka pengukuran niat berperilaku merupakan satu hal yang sangat penting bagi pemasar. Niat sebagai taksiran dari perilaku menuntut pengukuran yang tepat agar hasil yang diperoleh dapat dijadikan pegangan oleh pemasar. Pengukuran niat biasanya dilakukan dengan menanyakan langsung kepada responden seberapa besar niatnya untuk melakukan perilaku sasaran yang sedang diteliti. Menurut Fishbein dan Ajzen (1980, dalam Chan & Lau, 1998 : 90) pernyataan mengenai niat ini biasanya memuat 4 elemen yaitu :

- a. Tindakan
- b. Sasaran
- c. Waktu, dan
- d. Kontek.

Pernyataan mengenai niat ini selanjutnya diletakkan dalam skala sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju..

#### 4.6. Metode Pengambilan Data

Metode dan prosedur pengambilan dan pengumpulan data yang diterapkan adalah :

##### 1. Penelitian kepustakaan (Library research)

Dilakukan diberbagai perpustakaan perguruan tinggi, penelitian-penelitian terdahulu maupun buku, jurnal, majalah ilmiah yang dimiliki.



2. Survei pendahuluan (Preliminary survey)  
Dalam survei awal ini dilakukan berbagai alternatif pencatatan permasalahan yang akan dijadikan subyek penelitian dan solusinya.
3. Pengumpulan data (Data collecting)  
Data dikumpulkan melalui daftar pertanyaan / kuesioner yang disebarakan kepada seluruh mahasiswa baru, yang kemudian diseleksi, ditabulasi serta dianalisis.

#### 4.7. Teknik Analisis

Untuk dapat menjawab pertanyaan penelitian ini, dan menguji model yang disusun, maka teknik analisis yang akan digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan AMOS 4.0. Structural Equation Modeling (SEM) yang merupakan kumpulan teknik-teknik statistik yang memungkinkan dilakukannya pengujian serangkaian hubungan yang relatif rumit dan simultan.

Model persamaan struktural yang digunakan adalah :

$$Y_1 = \beta_1 X_1 + e_1$$

$$Y_2 = \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 Y_1 + e_2$$

Keterangan :

$Y_1$  : Keinginan

$Y_2$  : Niat

$X_1$  : Sikap

$X_2$  : Norma Subyektif

$X_3$  : Kontrol Perilaku

$e_1, e_2$  : error

model persamaan SEM ini ada beberapa asumsi yang harus dipenuhi :

##### 1. Jumlah sampel

Jumlah sampel (data observasi) minimal 5 kali parameter yang akan diestimasi atau minimal 100 responden (Hair, 1995:637)

## 2. Normalitas

Evaluasi atas dipenuhinya normalitas dalam data dilakukan dengan mengamati *skweness value* dari data yang digunakan. Nilai statistik untuk menguji normalitas data disebut dengan *z-score*. Bila *z-score* lebih besar dari nilai kritis, maka dapat diduga bahwa distribusi data adalah tidak normal. Nilai kritis dapat ditentukan berdasarkan tingkat signifikansi yang dikehendaki.

## 3. Outliers

Outliers adalah observasi yang muncul (data) yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat jauh berbeda dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim baik untuk sebuah variabel tunggal atau variabel kombinasi (Hair, 1995 : 59-61). Outliers dapat dievaluasi dengan dua cara, yaitu :

### a). Univariate Outlier

Untuk mengetahui adanya univariate outliers dapat dilakukan dengan menentukan nilai ambang batas yang akan dikategorikan sebagai outliers dengan cara mengkonversikan nilai data penelitian ke dalam standard score ( *z-score* ), yang mempunyai rata-rata nol dengan standar deviasi sebesar 1. Untuk sampel besar (di atas 80 observasi) ambang batas dari *z-score* berada pada rentang 3 samapi 4, sehingga observasi yang mempunyai *z-score*  $\geq 3,0$  dikategorikan sebagai outliers.

### b). Multivariat outliers

Untuk mengetahui multivariate outliers dapat dilakukan dengan menggunakan kreteria jarak Mahalanobis (the mahalanobis distance) pada tingkat  $p < 0,001$ . Jarak mahalanobis itu dievaluasi dengan menggunakan  $X^2$  pada derajat bebas sebesar jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian.

## 4. Multicollinearity atau singularity

Untuk mengetahui apakah terdapat multicollinearity atau singularity dalam sebuah kombinasi variabel dapat dilihat dari determinan matriks kovarian. Determinan yang benar-benar kecil menunjukkan adanya multikolinieritas atau



singularitas, sehingga data tidak dapat digunakan untuk analisis yang dilakukan. Bila terjadi multicollinearity, maka data tersebut harus dirubah menjadi sebuah composite variable yang akan digunakan untuk analisis selanjutnya.

Jika asumsi telah terpenuhi, kemudian model diuji melalui uji kesesuaian dan uji statistik yang meliputi :

1. Chi-square statistic ( $\chi^2$ )

Merupakan alat uji yang paling mendasar untuk menguji adanya perbedaan antar matriks kovarians populasi dengan matriks kovarians sampel. Model yang diuji dipandang baik dan memuaskan bila nilai chi-squarenya rendah. Semakin kecil nilai  $\chi^2$  semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas cutt-off sebesar  $p > 0,05$  atau  $p > 0,10$ .

2. Significance probability

Merupakan uji signifikansi terhadap perbedaan matriks kovarians data dengan matriks kovarians yang diestimasi. Jika nilai probabilitas signifikansi  $> 0,05$  mengindikasikan bahwa model dapat diterima.

3. Relative chi-square

Merupakan the minimum sample disrepance function (CMIN) dibagi dengan degree of freedom yang akan menghasilkan CMIN/DF dan umumnya digunakan sebagai salah satu indikator untuk mengukur tingkat kelayakan suatu model. Nilai  $\chi^2$  relatif kurang dari 2,0 atau bahkan kurang dari 3,0 adalah indikasi dari acceptable fit model dengan data .(Arbucle dan Wothke, 1999:399)

4. The Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)

Merupakan sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengompensasi chi-square statistic dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA menunjukkan goodness of fit yang dapat digunakan bila model diestimasi dalam populasi. Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model.

5. Comparative Fit Index (CFI)

Merupakan besaran indeks untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model. Keunggulan dari indeks ini adalah tidak dipengaruhi ukurna sampel. Rentang nilai dari indeks ini adalah 0 – 1, dimana semakin mendekati 1 menunjukkan tingkat fit yang paling tinggi.

6. Tucker Lewis Index (TLI)

Merupakan sebuah alternatif incremental fit index yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap baseline model. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan diterimanya sebuah model adalah  $\geq 0,95$  dan nilai yang sangat mendekati 1 menunjukkan kesesuaian yang sangat bagus (Arbucle dan Wothke, 1999:409).

Apabila pengujian terhadap asumsi Structural Equation Modeling (SEM), kesesuaian dan uji statistik telah dilakukan, kemudian dilakukan modifikasi terhadap model yang tidak memenuhi syarat pengujian ( Hair, 1995:668 ) memberikan pedoman untuk mempertimbangkan perlu tidaknya modifikasi terhadap model, yaitu dengan melihat jumlah residual yang dihasilkan oleh model. Bila jumlah residual lebih besar dari 5 % semua residual kovarians yang dihasilkan oleh model, maka modifikasi perlu pertimbangan. Selanjutnya apabila ditemukan nilai residual yang dihasilkan oleh model cukup besar (  $\geq 2,58$  ), maka cara lain dalam memodifikasi adalah dengan mempertimbangkan untuk menambah alur baru terhadap model yang diestimasi. Nilai residual lebih besar atau sama dengan  $\pm 2,58$  diinterpretasikan sebagai signifikansi secara statistik pada tingkat 5 % dan residual yang signifikansi ini menunjukkan adanya prediction error yang substansial untuk sepasang indikator.





## BAĀ VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1. Kesimpulan

1. Hipotesis pertama yang menyatakan dugaan bahwa sikap berhubungan langsung dengan munculnya keinginan kuliah di Universitas Hang Tuah dapat diterima dengan koefisien jalur sebesar 0,467 dan probabilitas (signifikansi) sebesar 2,4%.
2. Hipotesis kedua yang menyatakan dugaan bahwa keinginan memiliki hubungan yang positif dengan niat memilih kuliah di Universitas Hang Tuah tidak dapat diterima dengan koefisien jalur sebesar  $-0,055$  dan probabilitas (signifikansi) sebesar 35,7%.
3. Hipotesis ketiga yang menyatakan dugaan bahwa Norma Subyektif mempengaruhi niat memilih kuliah di Universitas Hang Tuah tidak dapat diterima dengan koefisien jalur sebesar  $-0,104$  dan probabilitas (signifikansi) 31,4%.
4. Hipotesis keempat yang menyatakan dugaan bahwa kontrol berperilaku yang dirasakan turut mempengaruhi niat memilih kuliah di Universitas Hang Tuah tidak dapat diterima dengan koefisien jalur sebesar 0,124 dan probabilitas (signifikansi) sebesar 22,8%.
5. Dari pengukuran pengaruh antar variabel tersebut, diperoleh kenyataan bahwa pengaruh langsung dari variabel sikap terhadap variabel keinginan merupakan pengaruh yang paling besar, yaitu sebesar 46,7%.

#### 6.2. Saran

1. Karena sikap memiliki hubungan langsung yang signifikan terhadap keinginan kuliah di Universitas Hang Tuah dan memiliki pengaruh yang paling besar, maka atribut-atribut pada variabel sikap perlu mendapat perhatian dari pihak pengelola Universitas Hang Tuah Surabaya. Dengan memperhatikan atribut pada variabel

sikap ini, maka diharapkan keinginan untuk kuliah di Universitas Hang Tuah dapat ditingkatkan.

2. Kualitas kurikulum yang berorientasi pada pemahaman teori dan penetapannya perlu ditingkatkan lagi karena atribut ini merupakan indikator yang signifikan terhadap pembentukan sikap. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan evaluasi secara terus menerus terhadap kurikulum yang ditetapkan untuk disesuaikan dengan perkembangan ilmu dan teknologi serta memperhatikan kebutuhan pasar tenaga kerja.
3. Kesesuaian aktivitas kuliah dengan jadwal yang telah ditetapkan perlu ditingkatkan lagi karena atribut ini merupakan indikator yang signifikan terhadap pembentukan sikap. Hal ini dapat dilakukan dengan lebih menekan lagi frekuensi pembatalan kuliah maupun meminimumkan pemindahan jadwal kuliah, sehingga kehadiran mahasiswa di kampus menjadi tidak sia-sia.
4. Fasilitas di bidang pengajaran perlu ditingkatkan lagi karena atribut ini merupakan indikator yang signifikan terhadap pembentukan sikap. Kenyamanan dan kelancaran proses pengajaran akan berjalan lancar apabila sarana yang dibutuhkan selalu tersedia dalam keadaan baik, sehingga fasilitas-fasilitas perkuliahan seperti OHP, Laboratorium dan Perpustakaan perlu mendapat perhatian yang utama.
5. Fasilitas pendukung pengajaran perlu ditingkatkan lagi karena atribut ini merupakan indikator yang signifikan terhadap pembentukan sikap. Fasilitas pendukung yang meliputi lapangan parkir, toilet dan kantin merupakan sarana pendukung yang juga akan mendukung kenyamanan para mahasiswa di kampus. Parkir yang aman akan membuat mahasiswa merasa tidak terganggu konsentrasinya pada saat kuliah karena rasa takut kehilangan kendaraan, demikian juga sarana toilet dan kantin akan lebih menumbuhkan rasa nyaman mahasiswa saat berada di kampus.



6. Kualitas dosen di bidang pengajaran perlu ditingkatkan lagi karena atribut ini merupakan indikator yang signifikan terhadap pembentukan sikap. Dosen merupakan ujung tombak dalam proses belajar mengajar, sehingga dengan memanfaatkan dosen yang berkualitas akan membuat para mahasiswa merasa terpuaskan dalam hal perolehan ilmu pengetahuan.
7. Diharapkan penelitian ini dapat diikuti oleh penelitian-penelitian lain yang sejenis agar didapat hasil yang lebih sempurna lagi. Melihat hasil penelitian yang dilakukan tidak menempatkan responden sebagai pelaku berkait dengan perilaku memilih kuliah di Universitas Hang Tuah. Responden penelitian lebih ditempatkan sebagai referents yang yang mempengaruhi pihak lain, untuk memilih kuliah di Universitas Hang Tuah. Dari penelitian ini diharapkan dapat diperoleh gambaran bagaimana persepsi referens seandainya orang terdekat mereka, dalam hal ini anak, memilih kuliah di Universitas Hang Tuah.



DAFTAR PUSTAKA

- Arbucke & Worthe, 1999, *Amos 4.0 User's Guide* : SPSS, Chicago, Small Waters Corp.
- Assael, H, 1995, *Consumer Behavior and Marketing Action*, Edisi Kelima, Cincinnati : South Western College Publishing
- Bagozzi, R.P, 1992, *The Self Regulation of Attitude, Intention and Behavior Social Psychology Quarterly* (Vol. 55) : 178 – 204.
- Brunkart, R.E, and T.J. Page JR, 1982 , An Examination of the Convergent, Discriminant and Predictive validity of Fishbein's Behavior Intention Model, *Journal of Marketing Research*, November : 550 – 561.
- Chan, R.Y and L. Lau, 1998, A Test of the Fishbein & Ajzen behavioral Intention Model under Chinese Cultural Setting : Are There Any Differences between PRC and Hong Kong Consumers, *Journal of Marketing Practice : Applied Marketing Science* volume 4 85-101
- Dharmmesta, B.S, 1998, Theory of Planed Behavior Dalam Penelitian Sikap,Niat dan Perilaku Konsumen , *Kelola* No.18 , 85-103
- Dharmmesta, B,S dan U. Khasanah, 1999, Theory of Planed behavior : An Application to Transport Service Consumers, *Gajah Mada International journal of Bussiness* Volume 1 : 83 – 96
- Engel, James F, RD Blackwell and Paul W. Miniardi, 1994, *Perilaku Konsumen*, Edisi Indonesia, Binarupa Aksara, Edisi Ke Enam.
- Fishbein, M and I Ajzen, 1975, *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Philippines : Addison -Wesley Pub.Co.
- Hair, J.F, et al., 1995, *Multivariate Data Analysis*, Edisi Keempat New Jersey Printice , Hall Inc.



- Husein Umar, 1997, *Metode Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*, Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong, 2001, *Principles Marketing*, Sixth Edition, Prentice Hall International.
- Louden, Devis, Albert J. Della Bitta, 1993, *Consumer Behavior Concept and Application*, 4 th edition , Mc. Graw Hill Inc, New York.
- Lutz,R,J,1991, *The Role of Attitude Theory in Marketing*, Dalam H.H. Kasarjian & T.S. Robertson (eds), *Perspectives in Consumer Behavior*, Edisi Keempat, New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Nazir, M, 1999, *Metode Penelitian*, Jakarta, Ghalia Indonesia
- Orbell,S,S Hodgkies dan P. Sheeran, 1997, *Implementation Intentions and Intention the Theory of Planned behavior*, personality and Social Psychology, Bulletin Volume 23 : 945-954
- Sahni,A, 1994, *Incorporating Perception Of Financial Control In Purchase Prediction : An Empirical Examination of the Theory of Planed Behavior*, *Advances in Consumer Research Volume 21* : 442-448
- Schiffman, I.G & LL Kanuk,1997, *Consumer Behavior*, Edisi Keenam New Jersey: Prentice Hall International
- Sheth, J.N,B. Mittal dan B.I. Newman, 1999, *Consumer Behavior : Consumer Behavior and Beyond*, Orlando : The Dryden Press.
- Solomon, M.R, 1999, *Consumer Behavior : Buying, Having and Being*. Edisi Keempat, New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Sri Kussujaniatun, 2001, *Analisis Minat Konsumen Briket Batubara : Suatu Studi Empiris*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, Kajian Bisnis, No. 24 September-Desember (107 – 123).

- Suharyani & A. Sutanto, 2001, **Atribut Penentu Yang Mempengaruhi Sikap Nasabah Untuk Menyimpan Dana Di Baitul Maal Wat Tamwil**, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, Kajian Bisnis, No. 24 September-Desember (59 – 77)
- Winarno, Agung, 1997, **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Memilih Perguruan Tinggi Swasta**. ( Kasus Pemilihan Bidang Ilmu Ekonomi Pada Perguruan Tinggi Swasta di Malang ), Tesis Magister Manajemen, Unibraw Malang.







Lampiran 1

## DAFTAR PERTANYAAN (QUESTIONARE)

### Petunjuk Pengisian :

1. Ada 2 jenis pertanyaan, pertanyaan Umum dan pertanyaan Khusus.  
Pertanyaan Umum cukup diisi sesuai dengan jawaban yang tersedia, sedangkan pertanyaan Khusus , sesuai dengan butir 2,3 dan 4 di bawah ini.
2. Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini dengan memberi tanda (  $\surd$  ) pada kolom-kolom yang tersedia.
3. Pilihlah salagh satu diantara 5 (lima ) jawaban yang tersedia, yang Anda paling tepat dan sesuai menurut anda.
4. Tersedia 5(lima) alternatif jawaban
  - a. SS = Sangat Setuju
  - b.SJ = Setuju
  - c. NT = Netral
  - d. TS = Tidak Setuju
  - e. ST = Sangat Tidak Setuju

### DAFTAR PERTANYAAN

#### A. UMUM

1. Fakultas : .....
2. Progra Studi : S-1/D-III
3. Jurusan/Prodi : .....
4. Umur : .....
5. P e k e r j a a n :
  - tidak bekerja
  - sementara bekerja di : .....
  - pekerjaan sampingan di : .....



## DAFTAR PERTANYAAN (QUESTIONARE)

### Petunjuk Pengisian :

1. Ada 2 jenis pertanyaan, pertanyaan Umum dan pertanyaan Khusus.  
Pertanyaan Umum cukup diisi sesuai dengan jawaban yang tersedia, sedangkan pertanyaan Khusus , sesuai dengan butir 2,3 dan 4 di bawah ini.
2. Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini dengan memberi tanda (  $\checkmark$  ) pada kolom-kolom yang tersedia.
3. Pilihlah salagh satu diantara 5 (lima ) jawaban yang tersedia, yang Anda paling tepat dan sesuai menurut anda.
4. Tersedia 5(lima) alternatif jawaban
  - a. SS = Sangat Setuju
  - b.SJ = Setuju
  - c. NT = Netral
  - d. TS = Tidak Setuju
  - e. ST = Sangat Tidak Setuju

### DAFTAR PERTANYAAN

#### A. UMUM

1. Fakultas : .....
2. Progra Studi : S-1/D-III
3. Jurusan/Prodi : .....
4. Umur : .....
5. P e k e r j a a n :
  - tidak bekerja
  - sementara bekerja di : .....
  - pekerjaan sampingan di : .....

6. Daerah Asal :  Jawa Timur ,  Luar Jawa Timur

7. Pekerjaan Orang Tua :

- |             |                          |                 |                          |
|-------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|
| a. TNI – AL | <input type="checkbox"/> | e. Karya Swasta | <input type="checkbox"/> |
| b. TNI – AD | <input type="checkbox"/> | f. PNS          | <input type="checkbox"/> |
| c. TNI – AU | <input type="checkbox"/> | g. Pensiunan    | <input type="checkbox"/> |
| d. POLRI    | <input type="checkbox"/> | h. Lain-lain    | <input type="checkbox"/> |

8. Adakah Keluarga di Universitas Hang Tuah : ada / tidak ada

9. Apabila ada, apakah yang bersangkutan :

- a. Mahasiswa
- b. Karyawan
- c. Dosen
- d. Alumni

10. Atau teman di Universitas Hang Tuah : ada / tidak ada

11. Dari mana Anda mengenal Universitas Hang Tuah

- Brosur / leaflet
- Iklan Koran
- Radio
- Campus Expo Jawa Pos
- Keluarga
- Teman di Sekolah (SMU)
- Mahasiswa UHT
- Mahasiswa Perguruan Tinggi Lain
- Alumni UHT
- Alumni Perguruan Tinggi Lain
- Spanduk

( Boleh dipilih lebih dari 1 jawaban )



12. Menurut Anda sarana publikasi mana yang terpenting untuk mengenalkan UHT kepada masyarakat

(beri no. urut 1 / terpenting dan seterusnya, sesuai dengan ranking saudara)

- Brosur / leaflet ke SMU
- Brosur / leaflet melalui mahasiswa UHT
- Brosur / leaflet melalui Alumni UHT
- Brosur / leaflet melalui dosen / karyawan UHT
- Iklan Radio
- Iklan Koran
- Publikasi/promosi rutin di koran / TV atau Radio
- Kunjungan Ke SMU
- Mengadakan kegiatan
- Spanduk di jalan protokol
- Ikut Campus Expo Jawa Pos

## B. KHUSUS

### I. Sikap Berperilaku

1. Saya memilih Universitas Hang Tuah karena kurikulum Universitas Hang Tuah sesuai dengan minat saya.  
 SS       SJ       NT       TS       ST
2. Kegiatan kuliah di Universitas Hang Tuah sudah sesuai dengan jadwal yang ditetapkan  
 SS       SJ       NT       TS       ST
3. Fasilitas pengajaran ( Laboratorium, OHP, Ruang Kuliah, Perpustakaan ) di lingkungan Universitas Hang Tuah sudah sangat memadai  
 SS       SJ       NT       TS       ST

4. Fasilitas Pendukung (Lapangan Parkir, Toilet, Kantin) di lingkungan Universitas Hang Tuah sudah sangat memadai
- SS       SJ       NT       TS       ST
5. Metode pengajaran Dosen di lingkungan Universitas Hang Tuah sudah sesuai dengan silabus
- SS       SJ       NT       TS       ST
6. Pelayanan Administrasi Pendidikan di lingkungan Universitas Hang Tuah sangat ramah
- SS       SJ       NT       TS       ST
7. Informasi tentang Universitas Hang Tuah dapat diperoleh dengan mudah dan jelas
- SS       SJ       NT       TS       ST

## II. Norma Subyektif

1. Saya memilih Universitas Hang Tuah sebagai tempat kuliah, karena pengaruh keluarga.
- SS       SJ       NT       TS       ST
2. Saya memilih Universitas Hang Tuah sebagai tempat kuliah, karena pengaruh teman SMU
- SS       SJ       NT       TS       ST
3. Saya memilih Universitas Hang Tuah sebagai tempat kuliah, karena pengaruh Guru SMU.
- SS       SJ       NT       TS       ST
4. Saya memilih Universitas Hang Tuah sebagai tempat kuliah, karena pengaruh Alumni.
- SS       SJ       NT       TS       ST



**III. Minat Berperilaku**

1. Meskipun mengikuti test masuk pada perguruan tinggi lain, Universitas Hang Tuah merupakan pilihan utama untuk kuliah.  
 SS       SJ       NT       TS       ST
2. Diperlukan alternatif pilihan program studi dan jurusan agar dapat diterima di Universitas Hang Tuah.  
 SS       SJ       NT       TS       ST
3. Saya memilih Universitas Hang Tuah , Karena keberhasilan para alumni di masyarakat  
 SS       SJ       NT       TS       ST
4. Saya memilih Universitas Hang Tuah, karena jaminan masa depan  
 SS       SJ       NT       TS       ST

**IV. Kontrol Perilaku**

1. Saya memilih Universitas Hang Tuah karena biaya pendidikan relatif murah  
 SS       SJ       NT       TS       ST
2. Saya memilih Universitas Hang Tuah lokasi mudah dijangkau/strategis  
 SS       SJ       NT       TS       ST
3. Saya Memilih Universitas Hang Tuah, karena jaminan keamana dan ketertiban  
 SS       SJ       NT       TS       ST
4. Saya Memilih Universitas Hang Tuah, karena jaminan atas ketepatan masa studi  
 SS       SJ       NT       TS       ST

**V. Keinginan**

1. Sejak lulus merasakan keinginan yang sangat kuat memilih kuliah di Universitas Hang Tuah  
 SS       SJ       NT       TS       ST
2. Saya akan merasa sangat puas apabila sudah lulus dari SMU, dapat menjadi mahasiswa Universitas Hang Tuah  
 SS       SJ       NT       TS       ST
3. Saya bahagia apabila sudah lulus SMU, saya sudah dapat menjadi mahasiswa Universitas Tuah  
 SS       SJ       NT       TS       ST
4. Apabila saya tidak diterima sebagai mahasiswa Universitas Hang Tuah, maka saya akan mencoba kembali pada tahun ajaran berikutnya  
 SS       SJ       NT       TS       ST
5. Apabila saya menjadi mahasiswa Universitas Hang Tuah, maka kebutuhan saya akan terpenuhi.  
 SS       SJ       NT       TS       ST





Lampiran 2

Res	skp1	skp2	skp3	skp4	skp5	skp6	skp7	ns1	ns2	ns3	ns4	kp1	kp2	kp3	kp4	ke1	ke2	ke3	ke4	ke5	ni1	ni2	ni3	ni4
1	5	5	5	5	5	5	2	2	1	2	2	2	2	3	2	4	4	4	4	2	5	4	5	5
2	5	5	4	5	4	4	3	2	2	2	2	3	4	3	2	4	3	4	3	2	5	5	4	4
3	4	5	5	3	4	3	5	4	4	4	4	3	2	4	3	4	5	5	4	3	3	5	4	3
4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	5
5	4	4	4	3	4	5	3	3	1	3	2	3	2	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	3
6	5	4	3	3	4	3	3	1	2	1	1	3	3	3	2	3	4	4	5	4	5	4	4	3
7	5	4	5	4	4	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	5	4	4	5	4	5	3	5	4
8	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4
9	3	4	3	4	4	2	3	2	1	2	2	3	3	2	1	4	3	3	3	3	2	4	3	4
10	4	5	4	5	4	4	2	3	3	2	3	4	3	3	3	4	5	4	3	4	3	5	4	5
11	5	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	5	1	4	3	3	3	3	2	4	4	4	2	2
12	5	5	4	5	4	4	4	1	2	1	1	2	3	3	1	3	3	3	3	3	5	5	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	2	2	3	2	4	3	3	4	2	3	3	4	4
14	4	4	3	3	3	4	4	2	1	2	2	4	4	3	2	3	3	3	2	3	3	4	4	3
15	3	4	3	5	4	5	3	5	3	4	4	3	5	4	4	4	3	3	2	2	2	4	4	5
16	4	4	5	5	3	4	5	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	5
17	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	3	4	5	2	2	3	4	2	5	4	3	4
18	4	5	4	2	3	4	3	2	4	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	5	4	2
19	4	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4
20	5	4	4	4	4	3	1	2	2	3	3	2	3	3	4	4	5	5	4	2	4	4	3	4
21	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3
22	4	5	4	5	5	4	5	2	1	2	2	2	5	4	3	3	4	4	3	2	3	5	4	4
23	5	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3	3
24	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	3
25	4	5	3	3	2	3	2	3	4	4	4	3	4	3	4	1	1	1	1	1	3	4	4	3
26	3	3	2	2	3	2	2	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	2	1	3	1	3	2	2
27	3	2	1	2	1	3	4	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2
28	3	4	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2
29	3	4	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	5	4	3	5	5	5	3	3	1	3	2	2
30	3	4	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	2
31	3	3	2	2	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	2	2
32	5	4	2	4	5	5	5	3	3	4	4	5	5	5	4	2	3	3	2	3	5	4	3	4
33	4	4	5	4	4	4	4	4	3	2	3	4	1	4	2	2	3	3	3	4	3	3	5	4
34	3	2	2	2	2	5	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	2	1	2	2	2
35	5	4	2	2	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	2	2	2	2	3	3	4	4	3	2
36	4	5	2	2	2	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	5	2	3
37	4	4	2	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2
38	3	2	1	2	1	1	3	3	3	2	4	4	5	3	4	3	4	3	3	3	2	2	2	3
39	4	5	3	1	3	4	1	3	4	4	3	4	2	3	3	1	3	2	1	3	3	5	3	2
40	4	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2



















## Lampiran 3

## Regression Weights

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
skp7 <-- skp	1.000				
skp6 <-- skp	1.515	0.747	2.028	0.021	
skp5 <-- skp	2.987	0.940	3.178	0.000	
skp4 <-- skp	3.483	1.605	2.170	0.015	
skp3 <-- skp	3.525	1.621	2.175	0.037	
skp2 <-- skp	2.116	0.511	4.141	0.000	
skp1 <-- skp	1.928	0.898	2.147	0.016	

## Standardized Regression Weights

	Estimate
skp7 <-- skp	0.250
skp6 <-- skp	0.437
skp5 <-- skp	0.811
skp4 <-- skp	0.752
skp3 <-- skp	0.798
skp2 <-- skp	0.653
skp1 <-- skp	0.671

## Variances

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
z1	0.066	0.089	0.742	0.458	
e7	0.994	0.227	4.373	0.000	
e6	0.645	0.151	4.263	0.000	
e5	0.307	0.098	3.128	0.002	
e4	0.619	0.174	3.552	0.000	
e3	0.470	0.145	3.241	0.001	
e2	0.400	0.102	3.929	0.000	
e1	0.301	0.078	3.877	0.000	



Computation of degrees of freedom

Number of distinct sample moments = 28

Number of distinct parameters to be estimated = 14

Degrees of freedom =  $28 - 14 = 14$

Minimum was achieved

Chi-square = 9.845

Degrees of freedom = 14

Probability level = 0.773

## Lampiran 4

### Regression Weights

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ns4 <-- ns	1.000				
ns3 <-- ns	0.816	0.115	7.078	0.000	
ns2 <-- ns	0.835	0.125	6.698	0.000	
ns1 <-- ns	0.638	0.136	4.704	0.000	

### Standardized Regression Weights

	Estimate
ns4 <-- ns	0.968
ns3 <-- ns	0.802
ns2 <-- ns	0.776
ns1 <-- ns	0.616

### Variances

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
z1	0.812	0.195	4.158	0.000	
e4	0.054	0.066	0.819	0.413	
e3	0.301	0.078	3.842	0.000	
e2	0.374	0.093	4.023	0.000	
e1	0.541	0.120	4.490	0.000	



Computation of degrees of freedom

Number of distinct sample moments = 10

Number of distinct parameters to be estimated = 8

Degrees of freedom =  $10 - 8 = 2$

Minimum was achieved

Chi-square = 2.000

Degrees of freedom = 2

Probability level = 0.368

## Lampiran 5

### Regression Weights

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
kp4 <-- kp	1.000				
kp3 <-- kp	0.854	0.248	2.634	0.008	
kp2 <-- kp	0.597	0.304	1.960	0.050	
kp1 <-- kp	0.760	0.298	2.547	0.011	

### Standardized Regression Weights

	Estimate
kp4 <-- kp	0.739
kp3 <-- kp	0.617
kp2 <-- kp	0.382
kp1 <-- kp	0.555

### Variances

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
z1	0.447	0.216	2.068	0.039	
e4	0.371	0.170	2.186	0.029	
e3	0.310	0.094	3.308	0.001	
e2	0.929	0.214	4.349	0.000	
e1	0.579	0.155	3.740	0.000	



Computation of degrees of freedom

Number of distinct sample moments = 10

Number of distinct parameters to be estimated = 8

Degrees of freedom =  $10 - 8 = 2$

Minimum was achieved

Chi-square = 1.276

Degrees of freedom = 2

Probability level = 0.528

## Lampiran 6

### Regression Weights

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ke5 <-- ke	1.000				
ke4 <-- ke	2.823	1.050	2.689	0.004	
ke3 <-- ke	4.230	0.873	4.845	0.000	
ke2 <-- ke	4.241	1.104	3.841	0.000	
ke1 <-- ke	3.782	1.346	2.810	0.003	

### Standardized Regression Weights

	Estimate
ke5 <-- ke	0.279
ke4 <-- ke	0.530
ke3 <-- ke	0.943
ke2 <-- ke	0.901
ke1 <-- ke	0.772

### Variances

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
z1	0.038	0.041	0.913	0.361	
e5	0.449	0.096	4.663	0.000	
e4	0.775	0.170	4.559	0.000	
e3	0.084	0.050	1.688	0.091	
e2	0.158	0.058	2.723	0.006	
e1	0.369	0.089	4.159	0.000	



Computation of degrees of freedom

Number of distinct sample moments = 15

Number of distinct parameters to be estimated = 10

Degrees of freedom =  $15 - 10 = 5$

Minimum was achieved

Chi-square = 4,891

Degrees of freedom = 5

Probability level = 0.429

## Lampiran 7

### Regression Weights

	Estimate	S.E.	C.R.	P.	Label
ni4 <-- ni	1.000				
ni3 <-- ni	1.064	0.245	4.351	0.000	
ni2 <-- ni	0.335	0.166	2.017	0.044	
ni1 <-- ni	0.805	0.216	3.717	0.000	

### Standardized Regression Weights

	Estimate
ni4 <-- ni	0.780
ni3 <-- ni	0.884
ni2 <-- ni	0.327
ni1 <-- ni	0.590

### Variances

	Estimate	S.E.	C.R.	P.	Label
z1	0.713	0.267	2.671	0.008	
e4	0.460	0.167	2.750	0.006	
e3	0.227	0.160	1.418	0.156	
e2	0.668	0.146	4.590	0.000	
e1	0.864	0.206	4.185	0.000	



Computation of degrees of freedom

Number of distinct sample moments = 10

Number of distinct parameters to be estimated = 8

Degrees of freedom =  $10 - 8 = 2$

Minimum was achieved

Chi-square = 1.911

Degrees of freedom = 2

Probability level = 0.385



Lampiran 8

## Regression Weights

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ke <-- skp	0.387	0.159	2.436	0.015	par-15
ni <-- ns	-0.398	0.196	-2.024	0.043	par-16
ni <-- ke	0.424	0.234	1.813	0.070	par-17
ni <-- kp	0.629	0.373	1.688	0.091	par-18
skp5 <-- skp	1.000				
skp4 <-- skp	1.354	0.277	4.889	0.000	par-1
skp3 <-- skp	1.401	0.282	4.974	0.000	par-2
skp2 <-- skp	0.722	0.182	3.961	0.000	par-3
skp1 <-- skp	0.581	0.158	3.687	0.000	par-4
ns4 <-- ns	1.000				
ns3 <-- ns	0.823	0.113	7.279	0.000	par-5
ns2 <-- ns	0.841	0.120	7.023	0.000	par-6
ns1 <-- ns	0.641	0.138	4.633	0.000	par-7
kp4 <-- kp	1.000				
kp3 <-- kp	0.822	0.294	2.799	0.005	par-8
kp1 <-- kp	1.006	0.364	2.765	0.006	par-9
ke4 <-- ke	1.000				
ke3 <-- ke	1.455	0.369	3.939	0.000	par-10
ke2 <-- ke	1.461	0.373	3.920	0.000	par-11
ke1 <-- ke	1.314	0.363	3.621	0.000	par-12
ni1 <-- ni	1.000				
ni3 <-- ni	1.266	0.329	3.843	0.000	par-13
ni4 <-- ni	1.284	0.352	3.652	0.000	par-14

## Standardized Regression Weights

	Estimate
ke <-- skp	0.512
ni <-- ns	-0.470
ni <-- ke	0.314
ni <-- kp	0.473
skp5 <-- skp	0.714
skp4 <-- skp	0.809
skp3 <-- skp	0.875
skp2 <-- skp	0.637
skp1 <-- skp	0.593
ns4 <-- ns	0.965
ns3 <-- ns	0.805
ns2 <-- ns	0.779
ns1 <-- ns	0.617
kp4 <-- kp	0.631
kp3 <-- kp	0.662
kp1 <-- kp	0.628
ke4 <-- ke	0.543
ke3 <-- ke	0.938
ke2 <-- ke	0.898
ke1 <-- ke	0.775
ni1 <-- ni	0.634
ni3 <-- ni	0.873
ni4 <-- ni	0.838

## Variances



	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
skp	0.554	0.216	2.561	0.010	par-19
ns	0.806	0.193	4.168	0.000	par-20
kp	0.326	0.175	1.863	0.062	par-21
z1	0.234	0.125	1.873	0.061	par-22
z2	0.264	0.148	1.782	0.075	par-23
e5	0.534	0.138	3.880	0.000	par-24
e4	0.538	0.154	3.492	0.000	par-25
e3	0.334	0.130	2.568	0.010	par-26
e2	0.422	0.100	4.231	0.000	par-27
e1	0.346	0.080	4.336	0.000	par-28
e9	0.060	0.060	1.005	0.315	par-29
e8	0.297	0.076	3.889	0.000	par-30
e7	0.370	0.089	4.172	0.000	par-31
e6	0.540	0.122	4.428	0.000	par-32
e12	0.492	0.149	3.303	0.001	par-33
e11	0.282	0.093	3.022	0.003	par-34
e10	0.506	0.153	3.302	0.001	par-35
e16	0.760	0.168	4.533	0.000	par-36
e15	0.092	0.046	1.994	0.046	par-37
e14	0.163	0.054	3.040	0.002	par-38
e13	0.364	0.087	4.158	0.000	par-39
e17	0.859	0.205	4.179	0.000	par-40
e18	0.287	0.136	2.118	0.034	par-41
e19	0.404	0.152	2.659	0.008	par-42

Squared Multiple Correlations

	Estimate
ke	0.262
ni	0.543
ni4	0.702
ni3	0.763
ni1	0.402
ke1	0.601
ke2	0.806
ke3	0.879
ke4	0.294
kp1	0.395
kp3	0.439
kp4	0.398
ns1	0.380
ns2	0.607
ns3	0.648
ns4	0.930
skp1	0.351
skp2	0.406
skp3	0.765
skp4	0.654
skp5	0.509

Modification Indices

Covariances:	M.I.	Par Change
ns <--> kp	20.788	0.430
z2 <--> skp	23.289	0.368
z2 <--> z1	8.349	-0.144
e16 <--> z2	4.332	0.177
e12 <--> ns	18.663	0.469
e12 <--> skp	7.828	-0.260
e7 <--> e19	5.234	-0.165
e9 <--> e12	5.081	0.122
e1 <--> e19	4.877	-0.153
e1 <--> e17	37.902	0.546
e3 <--> z2	6.553	0.180
e3 <--> e18	19.241	0.334
e4 <--> z2	5.008	0.179
e4 <--> e19	22.086	0.443
e4 <--> e13	5.568	0.187
e4 <--> e7	6.411	-0.201
e4 <--> e9	5.809	0.139
e5 <--> e11	15.029	0.275

Variances:	M.I.	Par Change
------------	------	------------

Regression Weights:	M.I.	Par Change
ni <-- skp	23.289	0.664
ni4 <-- skp4	14.922	0.353
ni3 <-- skp3	10.031	0.277
ni1 <-- skp1	29.029	1.076
kp3 <-- skp5	12.513	0.308
kp4 <-- ns	18.663	0.582
kp4 <-- skp	7.828	-0.470
kp4 <-- ni	8.400	-0.479
kp4 <-- ni3	8.849	-0.318
kp4 <-- ns2	10.446	0.392
kp4 <-- ns3	12.672	0.456
kp4 <-- ns4	19.109	0.553
kp4 <-- skp3	8.006	-0.279
kp4 <-- skp4	4.807	-0.207
kp4 <-- skp5	4.771	-0.246
ns4 <-- kp4	5.047	0.172
skp1 <-- ni1	24.248	0.376
skp1 <-- kp1	4.280	0.207
skp3 <-- ni3	7.901	0.281
skp4 <-- ni	4.617	0.377
skp4 <-- ni4	14.771	0.412
skp4 <-- ns2	5.686	-0.307
skp5 <-- kp3	10.219	0.530



Lampiran 9



Regression Weights

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ke <-- skp	0.431	0.191	2.254	0.024	par-15
ni <-- ns	-0.082	0.081	-1.008	0.314	par-16
ni <-- kp	0.145	0.120	1.205	0.226	par-17
ni <-- ke	-0.071	0.077	-0.922	0.357	par-18
skp5 <-- skp	1.000				
skp4 <-- skp	1.703	0.374	4.549	0.000	par-1
skp3 <-- skp	1.750	0.374	4.680	0.000	par-2
skp2 <-- skp	0.895	0.237	3.768	0.000	par-3
skp1 <-- skp	0.747	0.208	3.593	0.000	par-4
ns3 <-- ns	0.817	0.105	7.812	0.000	par-5
ns2 <-- ns	0.840	0.114	7.391	0.000	par-6
ns1 <-- ns	0.622	0.132	4.724	0.000	par-7
kp4 <-- kp	1.000				
kp3 <-- kp	0.701	0.232	3.021	0.003	par-8
kp1 <-- kp	1.037	0.366	2.837	0.005	par-9
ke4 <-- ke	1.000				
ke3 <-- ke	1.519	0.397	3.831	0.000	par-10
ke2 <-- ke	1.485	0.390	3.809	0.000	par-11
ke1 <-- ke	1.343	0.379	3.541	0.000	par-12
ni1 <-- ni	1.000				
ni3 <-- ni	1.172	0.274	4.284	0.000	par-13
ni4 <-- ni	1.177	0.299	3.940	0.000	par-14
ns4 <-- ns	1.000				

Standardized Regression Weights

	Estimate
ke <-- skp	0.467
ni <-- ns	-0.104
ni <-- kp	0.124
ni <-- ke	-0.055
skp5 <-- skp	0.611
skp4 <-- skp	0.826
skp3 <-- skp	0.865
skp2 <-- skp	0.630
skp1 <-- skp	0.599
ns3 <-- ns	0.803
ns2 <-- ns	0.781
ns1 <-- ns	0.601
kp4 <-- kp	0.671
kp3 <-- kp	0.593
kp1 <-- kp	0.688
ke4 <-- ke	0.529
ke3 <-- ke	0.954
ke2 <-- ke	0.889
ke1 <-- ke	0.772
ni1 <-- ni	0.618
ni3 <-- ni	0.824
ni4 <-- ni	0.796
ns4 <-- ns	0.969

Covariances

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ns <-> kp	0.359	0.177	2.031	0.042	par-19
z2 <-> skp	0.430	0.148	2.907	0.004	par-20
e12 <-> ns	0.324	0.142	2.288	0.022	par-21
e1 <-> e17	0.498	0.120	4.138	0.000	par-22
e3 <-> e18	0.193	0.104	1.851	0.064	par-23
e4 <-> e19	0.369	0.127	2.904	0.004	par-24
e5 <-> e11	0.305	0.090	3.379	0.001	par-25

## Correlations

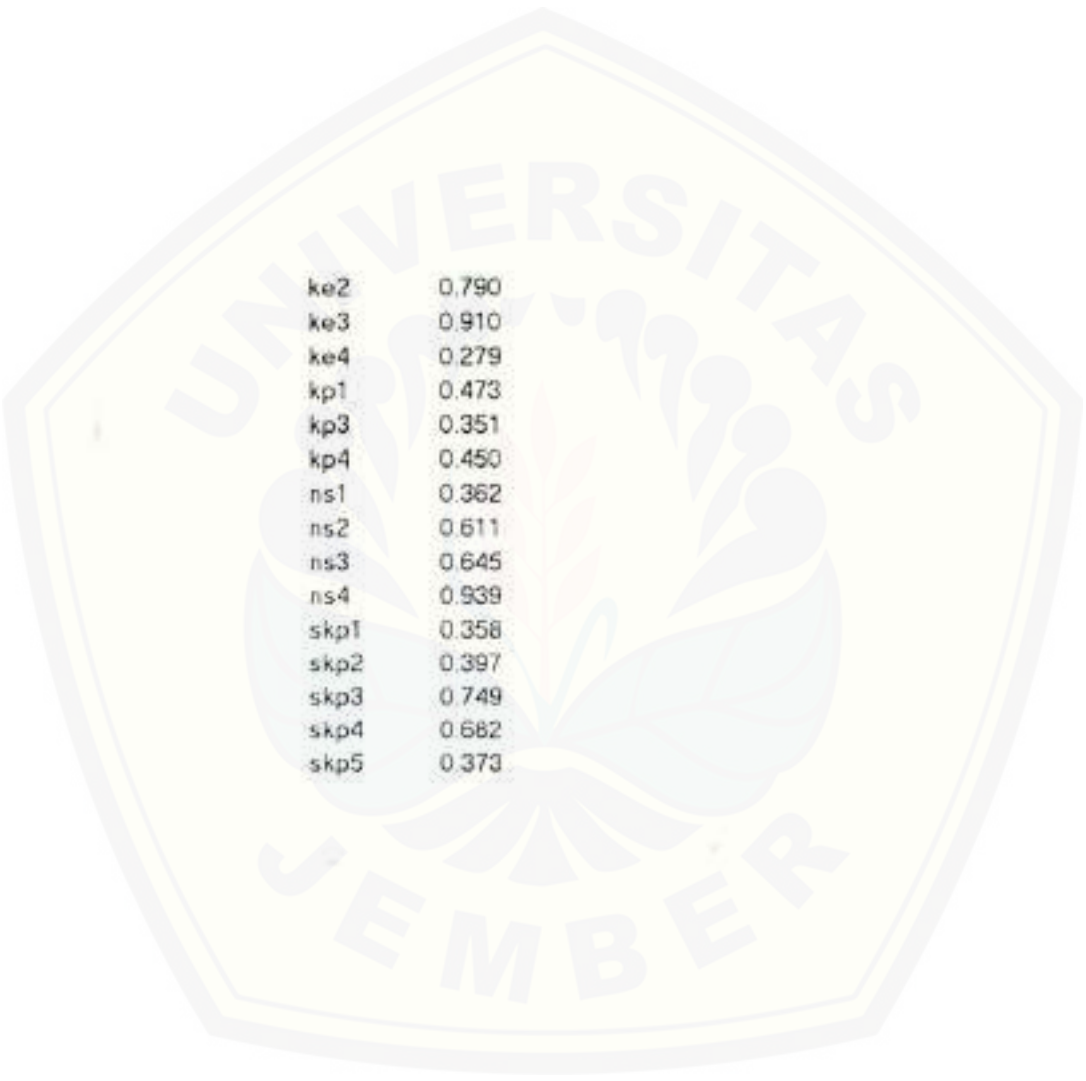
	Estimate
ns <-> kp	0.657
z2 <-> skp	1.002
e12 <-> ns	0.536
e1 <-> e17	0.929
e3 <-> e18	0.561
e4 <-> e19	0.841
e5 <-> e11	0.686

## Variances

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
skp	0.352	0.147	2.394	0.017	par-26
ns	0.814	0.189	4.312	0.000	par-27
kp	0.368	0.186	1.976	0.048	par-28
z1	0.235	0.129	1.828	0.067	par-29
z2	0.523	0.241	2.169	0.030	par-30
e5	0.591	0.146	4.057	0.000	par-31
e4	0.477	0.149	3.206	0.001	par-32
e3	0.361	0.132	2.728	0.006	par-33
e2	0.429	0.101	4.244	0.000	par-34
e1	0.352	0.081	4.344	0.000	par-35
e9	0.053	0.042	1.255	0.210	par-36
e8	0.299	0.072	4.153	0.000	par-37
e7	0.366	0.086	4.263	0.000	par-38
e6	0.556	0.122	4.559	0.000	par-39
e12	0.450	0.150	2.992	0.003	par-40
e11	0.333	0.094	3.541	0.000	par-41
e10	0.441	0.150	2.947	0.003	par-42
e16	0.776	0.170	4.558	0.000	par-43
e15	0.068	0.049	1.407	0.159	par-44
e14	0.176	0.058	3.019	0.003	par-45
e13	0.368	0.088	4.207	0.000	par-46
e17	0.816	0.192	4.253	0.000	par-47
e18	0.327	0.109	3.016	0.003	par-48
e19	0.403	0.122	3.296	0.001	par-49

## Squared Multiple Correlations

	Estimate
ke	0.218
ni	-0.040
ni4	0.633
ni3	0.679
ni1	0.381
ke1	0.595



ke2	0.790
ke3	0.910
ke4	0.279
kp1	0.473
kp3	0.351
kp4	0.450
ns1	0.362
ns2	0.611
ns3	0.645
ns4	0.939
skp1	0.358
skp2	0.397
skp3	0.749
skp4	0.682
skp5	0.373



Standardized Direct Effects - Estimates

	kp	ns	skp	ke	ni
ke	0.000	0.000	0.467	0.000	0.000
ni	0.124	-0.104	0.000	-0.055	0.000
ni4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.796
ni3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.824
ni1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.618
ke1	0.000	0.000	0.000	0.772	0.000
ke2	0.000	0.000	0.000	0.889	0.000
ke3	0.000	0.000	0.000	0.954	0.000
ke4	0.000	0.000	0.000	0.529	0.000
kp1	0.688	0.000	0.000	0.000	0.000
kp3	0.593	0.000	0.000	0.000	0.000
kp4	0.671	0.000	0.000	0.000	0.000
ns1	0.000	0.601	0.000	0.000	0.000
ns2	0.000	0.781	0.000	0.000	0.000
ns3	0.000	0.803	0.000	0.000	0.000
ns4	0.000	0.969	0.000	0.000	0.000
skp1	0.000	0.000	0.599	0.000	0.000
skp2	0.000	0.000	0.630	0.000	0.000
skp3	0.000	0.000	0.865	0.000	0.000
skp4	0.000	0.000	0.826	0.000	0.000
skp5	0.000	0.000	0.611	0.000	0.000

Standardized Indirect Effects - Estimates

	kp	ns	skp	ke	ni
ke	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
ni	0.000	0.000	-0.026	0.000	0.000
ni4	0.098	-0.083	-0.020	-0.044	0.000
ni3	0.102	-0.085	-0.021	-0.045	0.000
ni1	0.076	-0.064	-0.016	-0.034	0.000
ke1	0.000	0.000	0.360	0.000	0.000
ke2	0.000	0.000	0.415	0.000	0.000
ke3	0.000	0.000	0.445	0.000	0.000
ke4	0.000	0.000	0.247	0.000	0.000
kp1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
kp3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
kp4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
ns1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
ns2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
ns3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
ns4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
skp1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
skp2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
skp3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
skp4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
skp5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000



Standardized Total Effects - Estimates

	kp	ns	skp	ke	ni
ke	0.000	0.000	0.467	0.000	0.000
ni	0.124	-0.104	-0.026	-0.055	0.000
ni4	0.098	-0.083	-0.020	-0.044	0.796
ni3	0.102	-0.085	-0.021	-0.045	0.824
ni1	0.076	-0.064	-0.016	-0.034	0.618
ke1	0.000	0.000	0.360	0.772	0.000
ke2	0.000	0.000	0.415	0.889	0.000
ke3	0.000	0.000	0.445	0.954	0.000
ke4	0.000	0.000	0.247	0.529	0.000
kp1	0.688	0.000	0.000	0.000	0.000
kp3	0.593	0.000	0.000	0.000	0.000
kp4	0.671	0.000	0.000	0.000	0.000
ns1	0.000	0.601	0.000	0.000	0.000
ns2	0.000	0.781	0.000	0.000	0.000
ns3	0.000	0.803	0.000	0.000	0.000
ns4	0.000	0.969	0.000	0.000	0.000
skp1	0.000	0.000	0.599	0.000	0.000
skp2	0.000	0.000	0.630	0.000	0.000
skp3	0.000	0.000	0.865	0.000	0.000
skp4	0.000	0.000	0.826	0.000	0.000
skp5	0.000	0.000	0.611	0.000	0.000