

**ANALISIS SIKAP MAHASISWA TERHADAP ATRIBUT JASA
JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember



UNIVERSITAS JEMBER

Oleh :

ADY CANDRA PURNAWAN

NIM : 010810201352

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2005**

Asal :	Hadiah	Klasifikasi 670.8 pue a
	Pembe... ..	
Terima... ..		
No. Induk :		
Pengkatalog :		

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS SIKAP MAHASISWA TERHADAP
ATRIBUT JASA JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER

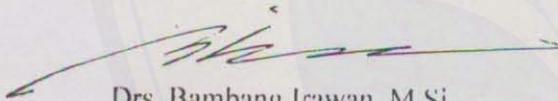
Nama Mahasiswa : Ady Candra Purnawan

NIM : 010810201352

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I,



Drs. Bambang Irawan, M.Si
NIP: 131 759 835

Pembimbing II,



Deasy Wulandari, SE, M.Si
NIP: 132 258 071

Ketua Jurusan,



Dra. Diah Yulisetiarini, M.Si
NIP: 131 624 474

Tanggal Persetujuan : Juni 2005

JUDUL SKRIPSI

**ANALISIS SIKAP MAHASISWA TERHADAP ATRIBUT JASA JURUSAN
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Ady Candra Purnawan

N.I.M : 010810201352

Jurusan : Manajemen

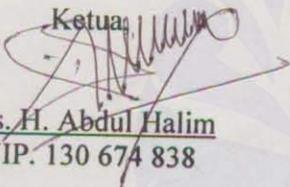
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

30 Juni 2005

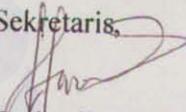
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan
guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua,


Drs. H. Abdul Halim
NIP. 130 674 838

Sekretaris,

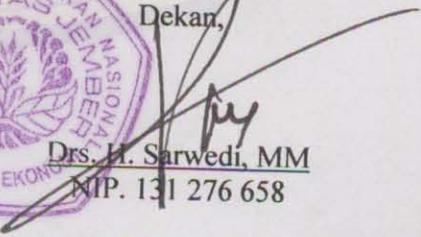

Dra. Sudarsih, M.Si
NIP. 131 975 315

Anggota,


Drs. Bambang Irawan, M.Si
NIP. 131 759 835

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

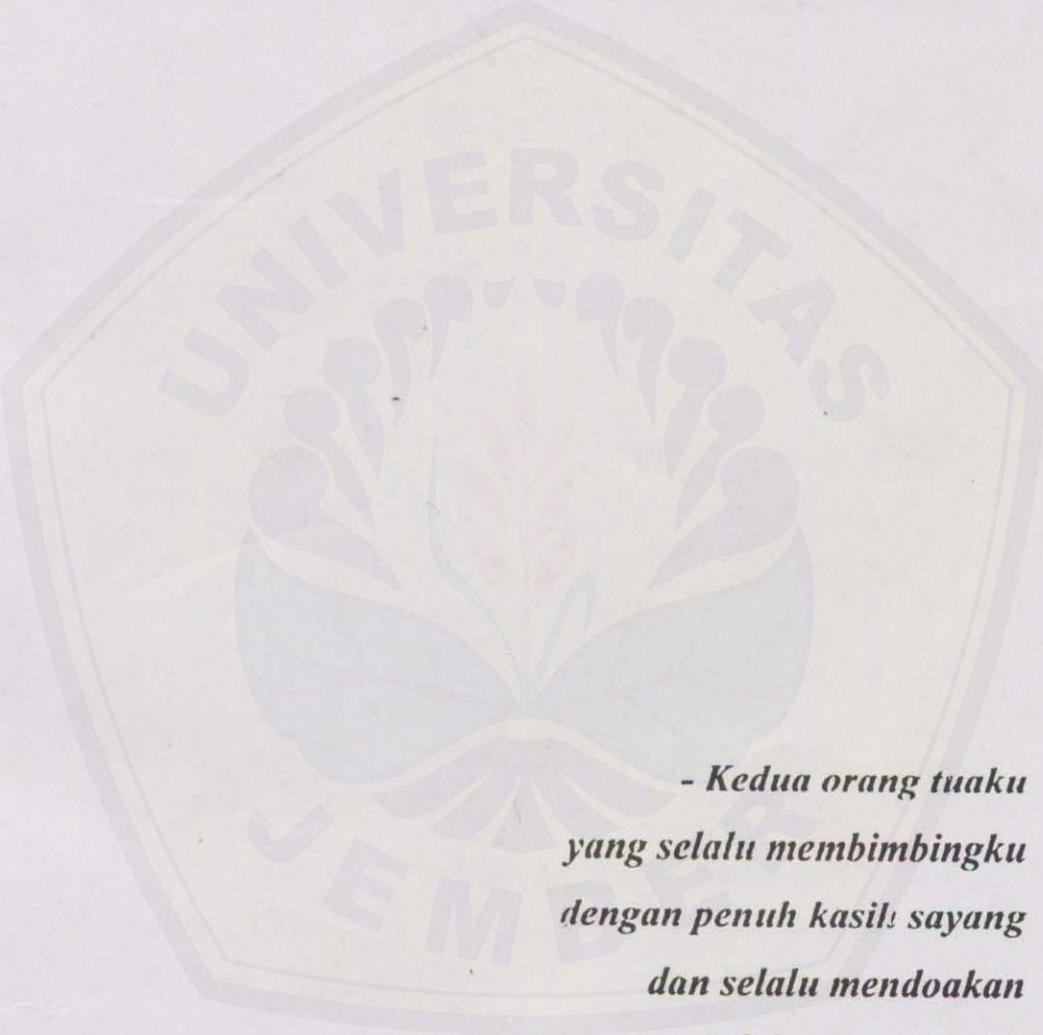



Drs. H. Sarwedi, MM
NIP. 131 276 658

HALAMAN PERSEMBAHAN

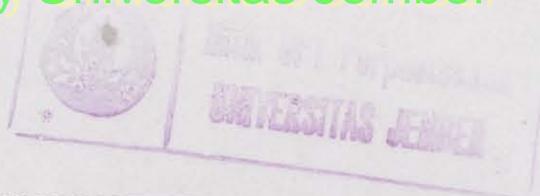
Dengan Senantiasa Mengharap Ridlo Allah SWT.

Kupersembahkan Skripsi ini untuk :



*- Kedua orang tuaku
yang selalu membimbingku
dengan penuh kasih sayang
dan selalu mendoakan
untuk keberhasilanku*

- Almamaterku tercinta



HALAMAN MOTTO

Kesalahan terbesar adalah putus asa, keberanian terbesar adalah sabar, guru terbaik adalah pengalaman, kebanggaan terbesar adalah kepercayaan, dan modal terbesar adalah percaya diri

(Syayidina Ali)

Pohon yang lingkaranya sebesar pelukan orang dewasa, berasal dan tumbuh dari benih yang kecil saja.

Bangunan yang tinggi sepuluh tingkat dibangun mulai dari dasar tanah.

Perjalanan seribu kilo meter selalu dimulai dari satu langkah

(Laozi)

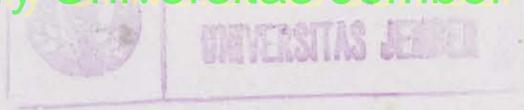
ABSTRAKSI

Skripsi ini meneliti tentang sikap mahasiswa terhadap atribut jasa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember dan dilakukan pada semester genap tahun akademik 2004-2005. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui prioritas kebutuhan mahasiswa dan sikap mahasiswa terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penelitian ini adalah penelitian survei dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 108 responden (15 % dari jumlah populasi, yaitu 720 mahasiswa) dengan menggunakan teknik *random sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala prioritas kebutuhan konsumen, digunakan untuk mengetahui prioritas kebutuhan mahasiswa terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember dan *Fishbein's Attitude Model's* untuk mengetahui sikap mahasiswa terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa urutan prioritas kebutuhan mahasiswa terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yaitu: Prioritas pertama adalah tenaga pengajar yang berkualitas dan berpengalaman, prioritas kedua adalah tersedianya fasilitas dalam proses belajar mengajar, prioritas ketiga adalah fasilitas perpustakaan yang memadai, prioritas keempat adalah suasana belajar yang tenang dan mendukung, prioritas kelima adalah metode penyampaian materi yang jelas dan terarah, prioritas keenam adalah kemudahan berkonsultasi dengan dosen pembimbing, prioritas ketujuh adalah kesesuaian materi yang diberikan dengan silabi, prioritas kedelapan adalah fasilitas laboratorium yang memadai, dan prioritas kesembilan adalah ketepatan waktu perkuliahan oleh dosen. Berdasarkan hasil pengukuran sikap mahasiswa secara keseluruhan diketahui nilai sikap mahasiswa adalah +10,4577 bernilai positif yang berarti sikap mahasiswa terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember adalah baik.

Simpulan yang diperoleh dari penelitian ini yaitu sikap mahasiswa terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember secara keseluruhan sudah baik. Peneliti memberi saran kepada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember agar selalu memantau perkembangan lingkungan pendidikan dan mengamati perubahan dari sikap mahasiswa. Jurusan Manajemen juga harus mampu meningkatkan kualitas atribut-atribut yang dinilai masih kurang baik oleh mahasiswa diantaranya kemudahan berkonsultasi dengan dosen pembimbing, fasilitas perpustakaan yang memadai, fasilitas laboratorium yang memadai, dan ketepatan waktu perkuliahan oleh dosen.



KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Puji syukur kehadiran Allah SWT. Atas limpahan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan suatu penelitian yang dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul "ANALISIS SIKAP MAHASISWA TERHADAP ATRIBUT JASA JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER". Adapun maksud dari penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Skripsi ini tidak berarti apa-apa tanpa bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya atas bantuan, sumbang saran dan dorongan yang telah diberikan selama penulisan skripsi ini. Ucapan terimakasih ini, penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Drs. Bambang Irawan, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Deasy Wulandari, SE, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta dengan sabar dan bijaksana telah membimbing, mengarahkan dan memberi dorongan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Diah Yulisetiari, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah mengizinkan penulis untuk mengadakan penelitian.
3. Bapak Drs. H. Sarwedi, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Bapak dan Ibu Dosen beserta staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Bapak dan Ibu tersayang atas didikan, bimbingan, doa yang tiada henti dan kasih sayang yang telah diberikan kepadaku.
5. Mbak Rin-Mas Nuk, Mas Nanang-Mbak Ida, Mbak Yuli-Kang Met, Puput dan Dimas, terima kasih atas kasih sayang kalian terhadap Adikmu yang nakal ini.
6. Ibu Sutiningsih (Mbah Uti) dan keluarga besarnya yang telah menerimaku sebagai salah satu anggota keluarga di Jember.

7. Pak Moha dan Den Bagus Wiwid, terima kasih atas bantuan rentalnya.
8. Teman-teman di Jurusan Manajemen : Miko, Triana, Pakdhe + Budhe, Kunam & Siro atas bantuan dan dukungan serta kekompakan dan kebersamaan didalam maupun diluar studi.
9. Keluarga besar kontrakan IDJO PUPUS dan JALAK 19, atas persahabatan dan kekeluargaan selama ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penyusunan skripsi ini, yang semata-mata hanya karena keterbatasan penulis. Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak terkait dan pembaca.

Jember, Juni 2005

Penulis

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pokok Permasalahan	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	4
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	4
2.1.2 Model Perilaku Konsumen.....	5
2.1.3 Tahap-tahap Proses Pembelian.....	6
2.1.4 Faktor-Faktor Internal yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan.....	7
2.1.5 Faktor-Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan.....	8
2.1.6 Sikap (<i>Attitude</i>).....	9
2.1.7 Metode Pengukuran Sikap	10
2.2 Kerangka / Pemikiran.....	11

III. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	13
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	13
3.2.1 Populasi	13
3.2.2 Penentuan Jumlah Sampel	14
3.3 Jenis dan Sumber Data	15
3.4 Definisi Operasional Variabel	15
3.5 Metode Analisis Data	16
3.6 Kerangka Pemecahan Masalah	18

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember	20
4.1.1 Pengelolaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember	20
4.1.2 Kelompok Konsentrasi dan Jumlah Dosen	22
4.2 Hasil Penelitian	22
4.2.1 Analisis Prioritas Kebutuhan Mahasiswa	22
4.2.2 Analisis Sikap	25
4.3 Pembahasan	33
4.3.1 Analisis Prioritas Kebutuhan Mahasiswa	33
4.3.2 Analisis Sikap	34

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	37
5.1.1 Analisis Prioritas Kebutuhan Mahasiswa	37
5.1.2 Analisis Sikap	37
5.2 Saran	

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	HALAMAN
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang Mengikuti Perkuliahan Semester Genap Tahun Akademik 2004-2005	14
Tabel 3.2 Skala Prioritas Kebutuhan Konsumen.....	16
Tabel 4.1 Skala Prioritas Kebutuhan Mahasiswa terhadap Atribut Jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember	24
Tabel 4.2 Pengukuran Komponen Kognitif	27
Tabel 4.3 Pengukuran Komponen Afektif	29
Tabel 4.4 Pengukuran Komponen Konatif.....	30
Tabel 4.5 Sikap Mahasiswa terhadap Atribut Jasa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.....	31
Tabel 4.6 Skor Maksimum Sikap Responden	32

DAFTAR GAMBAR

	HALAMAN
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	19
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember	21
Gambar 4.2 Rentang Skala Nilai Sikap.....	32



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1.** Daftar Kuesioner
- Lampiran 2.** Hasil Kuesioner (Skala Prioritas Kebutuhan Konsumen)
- Lampiran 3.** Hasil Kuesioner (Komponen Kognitif)
- Lampiran 4.** Hasil Kuesioner (Komponen Afektif)
- Lampiran 5.** Hasil Kuesioner dan Perhitungan untuk Data Komponen Konatif
- Lampiran 6.** Perhitungan untuk Data Skala Prioritas Kebutuhan Mahasiswa
- Lampiran 7.** Tabel Skala Prioritas Kebutuhan Mahasiswa
- Lampiran 8.** Perhitungan untuk Data Komponen Kognitif
- Lampiran 9.** Perhitungan untuk Data Komponen Afektif
- Lampiran 10.** Tabulasi Data Skala Kebutuhan Mahasiswa (Jawaban KuesionerNo.1)
- Lampiran 11.** Tabulasi Data Komponen Kognitif (Jawaban KuesionerNo.2)
- Lampiran 12.** Tabulasi Data Komponen Afektif (Jawaban KuesionerNo.3)
- Lampiran 13.** Tabulasi Data Komponen Konatif (Jawaban KuesionerNo.4)



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Memasuki era globalisasi yang semakin merambah segala aspek kehidupan masyarakat menyebabkan tingkat persaingan dalam segala bidang juga meningkat, sehingga di negara-negara berkembang seperti Indonesia dibutuhkan tersedianya sumber daya manusia yang berkualitas. Perkembangan pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia yang tidak seimbang dengan perkembangan jumlah lapangan pekerjaan, menyebabkan tingkat persaingan untuk mendapatkan pekerjaan semakin tinggi. Disamping itu dunia kerja juga semakin selektif dalam memilih karyawan yang mempunyai kualitas sumber daya manusia diatas rata-rata dengan berorientasi kepada kemampuan nyata yang dapat ditampilkan oleh lulusan pendidikan, sehingga untuk mendapatkan suatu pekerjaan, setiap orang dituntut untuk memiliki kemampuan dan keterampilan yang lebih untuk memenangkan persaingan dalam mendapatkan pekerjaan.

Dalam upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia banyak cara yang dapat ditempuh, namun tampaknya sektor pendidikan mempunyai peranan yang sangat penting. Oleh karena itu hendaknya setiap aspek pendidikan berupaya kearah terwujudnya kualitas sumber daya manusia. Suatu proses pendidikan bukan hanya akan diukur dari apa yang diketahui, melainkan apa yang secara nyata dapat ditampilkan oleh lulusan (*out put*) pendidikan. Universitas Jember sebagai salah satu unsur pelaksana pendidikan tinggi nasional bertujuan untuk menghasilkan tenaga profesional yang mampu menguasai ilmu pengetahuan, teknologi dan budaya, berjiwa penuh pengabdian serta memiliki rasa tanggung jawab yang besar terhadap masa depan bangsa Indonesia. Salah satu diantara tujuan Perguruan Tinggi adalah pendidikan dan pengajaran dimana pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung dengan secara langsung berarti pendidikan dan pengajaran dilakukan melalui perkuliahan yang intensif.

Banyaknya fakultas yang menawarkan berbagai macam jurusan di Universitas Jember menyebabkan para calon mahasiswa harus mengerti bakat dan

Digital Repository Universitas Jember

minat serta kemampuan yang dimiliki sebelum memilih suatu jurusan. Salah satu jurusan yang menjadi favorit didalam Fakultas Ekonomi Universitas Jember adalah Jurusan Manajemen yang bertujuan menghasilkan lulusan yang mengkhususkan diri dalam analisis pengelolaan perusahaan dan penerapannya secara fungsional serta mampu melaksanakan tugas sesuai dengan jabatannya, sehingga dapat memberikan sumbangan kepada masyarakat.

Seiring dengan meningkatnya tingkat pendapatan dan semakin tingginya kesadaran masyarakat akan arti pentingnya suatu pendidikan juga menyebabkan permintaan disektor pendidikan meningkat pesat. Fakultas Ekonomi sebagai pihak penyedia jasa dibidang pendidikan harus jeli melihat peluang pasar dalam penyediaan penyelenggaraan pendidikan, baik mutu pendidikan maupun sarana dan prasarana pendukungnya. Salah satu faktor yang mempengaruhi tindakan seseorang dalam memilih Jurusan Manajemen adalah sikapnya terhadap atribut-atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi. Definisi sikap menurut Gordon Allport adalah mempelajari kecenderungan memberikan tanggapan terhadap suatu objek baik disenangi ataupun tidak disenangi secara konsisten (Nugroho J. Setiadi, 2003:214). Sikap terdiri dari tiga komponen, yaitu: komponen kognitif atau disebut juga komponen keyakinan (mengacu pada kesadaran dan pengetahuan konsumen untuk percaya atau tidak percaya bahwa sebuah produk atau jasa memiliki atribut tertentu), komponen afektif atau komponen penilaian (mengacu pada referensi dan kesenangan responden sebagai hasil evaluasi terhadap atribut suatu obyek) dan komponen konatif (mengacu pada perilaku pembeli yang berupa niat membeli dan membeli, perilaku mengacu kepada apa yang telah atau sedang dikerjakan). Sikap berasal dari keyakinan-keyakinan (*believe*) yang terbentuk dari proses informasi yang diperoleh dari berbagai sumber.

1.2 Pokok Permasalahan

Untuk memahami bagaimana sikap mahasiswa terhadap atribut jasa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember serta sikap dalam menentukan pilihan mengambil Jurusan Manajemen sesuai dengan atribut yang

diprioritaskan, salah satu caranya adalah dengan mengenal dan memahami bagaimana sikap mereka. Sikap dipengaruhi berbagai faktor perilaku manusia, baik itu kekuatan sosial budaya (yang terdiri dari faktor budaya, faktor kelas sosial, faktor kelompok anutan, faktor keluarga) dan kekuatan faktor psikologis (yang terdiri dari faktor pengalaman belajar, faktor kepribadian, faktor sikap dan keyakinan, konsepsi diri) (Mangkunegara, 1988:42).

Berdasarkan uraian tersebut, maka pokok permasalahan yang dikemukakan adalah:

- a. Apakah prioritas kebutuhan mahasiswa terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember?
- b. Bagaimana sikap mahasiswa terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember?

Berdasarkan pokok permasalahan di atas maka skripsi ini diberi judul :
“ANALISIS SIKAP MAHASISWA TERHADAP ATRIBUT JASA JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER”

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui prioritas kebutuhan mahasiswa terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- b. Untuk mengetahui sikap mahasiswa terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

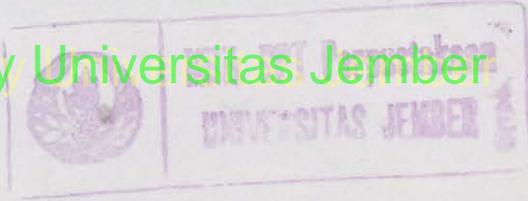
1.4 Manfaat Penelitian

- a. Bagi lembaga pendidikan

Penelitian ini disusun untuk memberikan sumbangan pemikiran dan sebagai bahan pertimbangan bagi lembaga pendidikan dalam mengevaluasi cara pengajaran.

- b. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk kajian selanjutnya.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Swastha dan Hani, 1985:10). Berdasarkan pengertian tersebut dapat diambil dua elemen yang sangat penting yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik.

Perkembangan jaman telah memaksa produsen barang maupun jasa untuk mengamati hal-hal yang kasat mata saja tetapi lebih dalam dari itu karena pada kenyataannya perilaku konsumen tidak hanya merupakan kegiatan yang jelas terlihat (*overt*), kegiatan yang jelas terlihat ini hanyalah merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan (*decision process*). Jadi analisa perilaku konsumen yang realistis hendaknya juga menganalisa proses-proses yang tidak dapat atau sulit diamati yang selalu menyertai proses pembelian. Mempelajari perilaku konsumen tidak hanya mempelajari apa (*what*) yang dibeli oleh konsumen, tetapi juga mempelajari dimana (*where*) mereka membeli atau mengkonsumsi, bagaimana kebiasaannya (*how often*) mereka melakukan pembelian dan dalam kondisi macam apa (*under what conditions*) barang-barang dan jasa dibeli.

Berdasarkan deskripsi tersebut dapat diketahui bahwa perilaku konsumen merupakan ancangan awal yang harus dipahami oleh setiap pemasar untuk menentukan strategi pemasaran dalam rangka memasarkan produknya. Kesalahan sedikit saja dalam menganalisis sikap konsumen akan menyebabkan kesalahan dalam menentukan strategi pemasaran yang akhirnya menyebabkan terjadinya penyimpangan hasil yang diharapkan.

2.1.2 Model Perilaku Konsumen

Mempelajari perilaku konsumen adalah suatu yang sangat kompleks, terutama karena banyaknya variabel yang mempengaruhinya dan kecenderungan untuk saling berinteraksi. Model dari perilaku konsumen dikembangkan sebagai usaha untuk mempermudahnya.

Model perilaku konsumen dapat diartikan sebagai suatu skema atau kerangka kerja yang disederhanakan untuk menggambarkan aktifitas-aktifitas konsumen, ada juga yang mengartikan sebagai kerangka kerja atau sesuatu yang mewakili apa yang diyakini konsumen dalam mengambil keputusan membeli.

Model dikembangkan untuk berbagai macam penggunaan, tetapi tujuan utama dari perkembangan model perilaku konsumen ini adalah: (1) sangat bermanfaat untuk mengembangkan teori dalam penelitian perilaku konsumen, (2) mempermudah dalam mempelajari apa yang telah diketahui mengenai perilaku konsumen. Fungsi model perilaku konsumen menurut Mangkunegara (1988:22) adalah sebagai berikut:

a. Deskriptif

Yaitu fungsi yang berhubungan dengan pendalaman mengenai langkah-langkah yang diambil dalam memutuskan suatu penelitian membeli.

b. Prediksi

Yaitu meramalkan kejadian-kejadian dari aktifitas konsumen pada waktu yang akan datang, misalnya meramalkan merek produk yang paling mudah diingat oleh konsumen.

c. Eksplanation

Yaitu mempelajari sebab-sebab dari beberapa aktifitas pembelian, seperti mempelajari mengapa konsumen sering membeli barang dagangan dengan merek yang sama, apakah itu merupakan kebiasaan atautkah karena mereka menyukai merek barang tersebut.

d. Pengendalian

Yaitu mempengaruhi dan mengendalikan aktifitas-aktifitas konsumen pada masa yang akan datang.

2.1.3 Tahap-tahap Proses Pembelian

Tahap-tahap proses dalam sebuah pembelian barang ataupun jasa menurut Kotler (1997:170-175) adalah sebagai berikut:

a. Pengenalan masalah

Proses pembelian dimulai saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan aktual dengan keadaan yang diinginkannya.

b. Pencarian Informasi

Konsumen yang telah menyadari bahwa dirinya sedang membutuhkan suatu barang atau jasa akan mencari informasi mengenai kebutuhannya tersebut.

c. Evaluasi alternatif

Setelah konsumen mendapatkan informasi mengenai kebutuhannya, konsumen akan memproses informasi tersebut untuk menentukan keputusan pembeliannya. Dalam tahap ini, konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk niat untuk membeli produk yang disukai.

d. Keputusan Pembelian

Dalam tahap keputusan pembelian ini konsumen sudah membentuk niat untuk membeli terhadap suatu merek yang paling disukai dari hasil evaluasi alternatif sebelumnya.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Tugas pemasar tidak berakhir saat produk telah dibeli, melainkan berlanjut hingga periode pasca pembelian. Pemasar harus memantau kepuasan atau ketidakpuasan konsumen pasca pembelian.

2.1.4 Faktor-Faktor Internal yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik konsumen yang meliputi keadaan demografi (usia dan daur hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi), gaya hidup, dan kepribadiannya. Selain itu juga dipengaruhi oleh empat faktor utama yaitu: motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap.

Untuk lebih jelasnya Faktor-faktor internal yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan dapat diuraikan sebagai berikut (Kotler, 1997:159-167):

a. Faktor Usia dan Siklus Hidup

Seseorang membeli barang dan jasa berubah-ubah selama hidupnya. Kebutuhan seseorang pada awal hidup, pada masa dewasa dan pada usia lanjut akan berbeda. Konsumsi juga dibentuk berkat daur hidup keluarga ketika seseorang memulai hidup.

b. Pekerjaan

Pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh pekerjaannya. Seseorang akan menyesuaikan pola konsumsi yang akan mereka lakukan dengan jenis pekerjaan yang mereka lakukan.

b. Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang akan sangat besar sekali pengaruhnya terhadap pemilihan produk. Pemilihan produk yang mereka lakukan akan disesuaikan dengan penghasilan yang mereka terima.

c. Gaya Hidup

Gaya hidup mencerminkan sesuatu yang melebihi dari kelas sosial disatu pihak dan kepribadian dipihak lain. Gaya hidup mencoba mencerminkan rupa keseluruhan pola perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari.

d. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian mencakup kebiasaan-kebiasaan, sikap dan lain-lain ciri-ciri sifat atau watak yang khas akan menentukan kepribadian dan perbedaan perilaku dari tiap-tiap individu.

e. Motivasi

Motivasi adalah keadaan dalam diri seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. Motif yang terdapat pada seseorang akan diarahkan pada tujuan mencapai tujuan kepuasan.

f. Persepsi

Persepsi dapat diartikan sebagai proses seseorang individu memilih, mengorganisasi, dan menafsir masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran tentang sesuatu.

g. Pembelajaran

Proses pembelajaran dalam suatu pembelian akan terjadi apabila konsumen ingin menggapai dan memperoleh suatu kepuasan, atau sebaliknya tidak terjadi apabila konsumen merasa dikecewakan oleh produk yang kurang baik.

h. Keyakinan dan Sikap

Melalui perbuatan dan belajar, orang memperoleh keyakinan dan sikap yang kemudian mempengaruhi tingkah laku dalam melakukan pembelian yang mereka lakukan.

2.1.5 Faktor-Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan

Tujuan dari analisis konsumen yang dilakukan oleh seorang pemasar adalah bagaimana agar konsumen bersedia menerima barang atau jasa yang ditawarkan. Berpijak dari hal tersebut maka perlu kiranya mengetahui dan memahami perilaku konsumen termasuk didalamnya faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Kotler (1997:153-159) mengelompokkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen tersebut menjadi beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut terus bergerak dinamis baik bersifat eksternal maupun internal.

Adapun pengelompokan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen tersebut adalah:

- a. Kelompok kebudayaan yang terdiri dari kultur, subkultur dan kelas sosial (berdasarkan pendapatan).
- b. Kelompok sosial terdiri dari kelompok referan, keluarga serta peran dan status sosial (berdasarkan kegiatan).

2.1.6 Sikap (*Attitude*)

Dalam aplikasinya perilaku konsumen ini diwujudkan atau direalisasikan dalam suatu sikap. Sikap konsumen (*Costumer Attitude*) merupakan ungkapan perasaan seseorang, perasaan ini dapat berupa perasaan positif, negatif atau netral terhadap suatu obyek. Perasaan bernilai positif diartikan sebagai suatu perasaan yang menyenangkan atau mendukung terhadap sesuatu obyek, sebaliknya perasaan yang bersifat negatif diartikan sebagai lawan dari pernyataan positif yaitu perasaan yang tidak menyukai terhadap suatu obyek, sedangkan perasaan netral dianggap sebagai perasaan yang biasa-biasa saja, artinya: tidak ada pengaruh terhadap obyek tersebut.

Sikap terdiri dari tiga komponen (Winardi, 1991:136), yaitu:

- a. Komponen kognitif (kepercayaan terhadap suatu merek)
Apa yang dipercaya konsumen bahwa suatu produk mempunyai atribut-atribut tertentu, akan membentuk anggapan konsumen tertarik terhadap merek tertentu.
- b. Komponen afektif (penilaian terhadap suatu merek)
Komponen sikap kedua adalah komponen afektif, menunjukkan penilaian keseluruhan konsumen terhadap suatu merek yang dinilai dari berbagai segi karena terdapat berbagai atribut dalam produk tersebut.
- c. Komponen konatif (komponen *behavioral*)
Komponen ketiga, komponen konatif adalah kecenderungan konsumen dalam bereaksi terhadap suatu obyek, dan biasanya diukur dengan maksud konsumen untuk membeli.

Sikap konsumen akan mempunyai daya atau kekuatan yang kuat untuk mempengaruhi persepsi serta perilaku beli konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan.

2.1.7 Metode Pengukuran Sikap

Berdasarkan uraian mengenai perilaku konsumen diatas maka dapat disimpulkan bahwa proses produksi perlu dimulai dari melakukan proses analisa perilaku konsumen. Analisa sikap konsumen sangat penting untuk dilakukan sebagai dasar sebagai dasar untuk menentukan strategi pemasaran yang akan dipakainya. Jadi kesalahan dalam mengidentifikasi sikap konsumen dapat menyebabkan kesalahan penentuan strategi pemasaran sehingga terjadi penyimpangan hasil yang diharapkan.

Analisis sikap konsumen dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa cara, namun pada penelitian ini sikap konsumen diukur dengan menggunakan analisa Model Sikap Atribut (*Multiattribute Attitude Model*) yang sering digunakan dalam riset pemasaran. Model ini dikemukakan pertama kali oleh Martin Fishbein sehingga formulasi dari sistem ini lebih dikenal sebagai *Fishbein's Attitude Model's*.

Kunci dari teori yang dikemukakan oleh Fishbein terletak pada evaluasi terhadap keyakinan konsumen yang akan sangat mempengaruhi seluruh sikapnya. Dengan bahasa sederhananya dapat dijelaskan bahwa seseorang akan lebih menyukai "suatu obyek" yang diasosiasikan baik dan sebaliknya, tidak akan menyukai suatu obyek yang diasosiasikan buruk.

Model sikap Fishbein yang menggunakan multiatribut dirumuskan sebagai berikut (Husein Umar, 1999:275):

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

Keterangan:

A_o = sikap terhadap obyek

b_i = kekuatan kepercayaan bahwa obyek memiliki atribut i

e_i = evaluasi mengenai atribut i

n = jumlah atribut yang menonjol.

Model ini mengatakan bahwa untuk menentukan sikap keseluruhan terhadap suatu obyek, pertama perlu ditentukan kepercayaan yang paling menentukan sikapnya. Kepercayaan yang paling relevan ini disebut "*salient belief*". Sikap keseluruhan terhadap suatu obyek didapat dari hasil perkalian antara angka kepercayaan dan angka penilaian dari setiap atribut dan kemudian dijumlahkan untuk mendapatkan nilai totalnya (A_o).

2.2 Kerangka / Pemikiran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Phutut Hermawan H. dengan judul "Analisis Sikap konsumen terhadap program UPT Bahasa pada mahasiswa Universitas Jember" pada tahun 2001 dengan obyek penelitian adalah mahasiswa yang menggunakan jasa UPT Bahasa Universitas Jember.

Tujuan dari penelitian Phutut Hermawan H. adalah :

- a. Untuk mengetahui prioritas kebutuhan konsumen terhadap atribut jasa UPT Bahasa Universitas Jember.
- b. Untuk mengetahui pengaruh faktor karakteristik konsumen terhadap kebutuhan konsumen atas atribut jasa UPT Bahasa Universitas Jember.
- c. Untuk mengetahui sikap (attitude) konsumen terhadap atribut jasa UPT Bahasa Universitas Jember.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan metode Fishbein Model untuk mengetahui terbentuknya keyakinan yang menghasilkan perasaan suka atau tidak suka terhadap obyek.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Phutut Hermawan H. dapat diketahui bahwa prioritas kebutuhan yang paling disukai konsumen adalah atribut biaya studi yang ringan dan mudah dijangkau. Kemudian dari karakteristik demografi dan kepribadian konsumen yang meliputi jenis kelamin, fakultas, tahun angkatan, uang saku dan rata-rata kunjungan tidak ada yang mempunyai pengaruh terhadap pemilihan konsumen atas atribut jasa yang ada pada UPT Bahasa

Universitas Jember. Untuk penghitungan sikap konsumen, komponen kognitif menyebutkan bahwa dari 10 atribut jasa yang ada, konsumen percaya terhadap 8 atribut jasa dengan angka kepercayaan terbesar adalah atribut biaya studi dengan nilai kepercayaan 1,34 dan konsumen kurang yakin terhadap 2 atribut yaitu atribut bebas praktek kapan saja dan fasilitas pendukung studi. Untuk pengukuran komponen afektif, dari 10 atribut jasa yang ada, konsumen menyukai 8 atribut jasa dengan nilai tertinggi adalah atribut biaya studi ringan dan mudah dijangkau yaitu 1,3 dan konsumen kurang menyukai 2 atribut jasa yaitu atribut materi studi dan penyampaian materi. Kemudian untuk sikap konatif, kebanyakan responden berkeinginan untuk melanjutkan studi. Sedangkan untuk keseluruhan sikap responden, didapat ada 6 responden bersikap sangat senang, 41 responden cukup senang dan 3 responden mempunyai sikap kurang senang.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Phutut Hermawan H. adalah:

- a. Penelitian bertujuan untuk menganalisis sikap konsumen terhadap atribut jasa pada suatu obyek.
- b. Metode yang digunakan untuk mengetahui sikap adalah Fishbein Model.
- c. Metode yang digunakan untuk mengukur prioritas kebutuhan konsumen adalah skala prioritas.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Phutut Hermawan H. adalah:

- a. Obyek penelitian ini adalah Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember, sedangkan pada penelitian Phutut Hermawan H. adalah UPT Bidang Studi Pusat Bahasa Universitas Jember.
- b. Variabel atribut jasa yang digunakan untuk penelitian berbeda.
- c. Pada penelitian ini hanya bertujuan untuk mengetahui sikap konsumen dan prioritas kebutuhan konsumen, sedangkan pada penelitian Phutut Hermawan H. juga bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor karakteristik konsumen terhadap kebutuhan konsumen atas atribut jasa.



III. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang dilakukan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember ini merupakan penelitian survei. Penelitian survei menurut Husain Umar (1997:30) adalah penelitian yang digunakan untuk mengukur gejala-gejala yang ada tanpa menyelidiki mengapa gejala itu ada, sehingga penelitian tidak perlu memperhitungkan hubungan antara variabel-variabel karena telah menggunakan data yang ada. Survei dapat memberikan manfaat untuk tujuan-tujuan yang bersifat deskriptif, membantu membandingkan kondisi-kondisi yang ada dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya dan membantu pelaksanaan evaluasi.

Dalam penelitian ini, informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner yang dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili populasi, sehingga penelitian survei disini adalah penelitian yang mengambil sampel dari populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok untuk mendapatkan suatu kesimpulan atas data-data yang telah dikumpulkan. Daftar pertanyaan responden berisi tentang prioritas kebutuhan responden dan sikap responden terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang mengikuti perkuliahan semester genap tahun akademik 2004-2005. Jumlah populasi yaitu terdiri dari mahasiswa tahun angkatan 1997-2004 yang masih mengikuti perkuliahan secara aktif, dengan rincian seperti terlihat pada Tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang Mengikuti Perkuliahan Semester Genap Tahun Akademik 2004-2005

No.	Tahun Angkatan	Jumlah Mahasiswa
1.	1997	2 mahasiswa
2.	1998	12 mahasiswa
3.	1999	20 mahasiswa
4.	2000	65 mahasiswa
5.	2001	164 mahasiswa
6.	2002	135 mahasiswa
7.	2003	154 mahasiswa
8.	2004	168 mahasiswa
Jumlah		720 mahasiswa

Sumber : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Berdasarkan Tabel 3.1 tersebut dapat diketahui bahwa jumlah populasi (mahasiswa yang masih aktif) adalah sebanyak 720 mahasiswa.

3.2.2 Penentuan Jumlah Sampel

Berdasarkan jumlah populasi seperti tampak pada Tabel 3.1 akan diambil suatu sampel yang akan menjadi responden dalam penelitian ini. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 1996:117). Dalam penelitian ini metode pengambilan sampelnya menggunakan *random sampling* dimana dalam metode ini pengambilan sampelnya, peneliti mencampur subyek-subyek di dalam populasi sehingga semua subyek-subyek di dalam populasi dianggap sama, yang berarti peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subyek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel.

Menurut Arikunto (1996:121) apabila jumlah subyek dalam penelitian adalah besar (lebih dari 100 subyek) maka sampel yang dapat diambil yaitu antara 10-15% atau 20-25%. Jadi dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 15% dari 720 mahasiswa, sehingga didapat 108 mahasiswa sebagai sampel yang memenuhi syarat menurut Arikunto.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan mencakup :

a. Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden atau instansi yang terkait dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan kuisioner berdasarkan pertanyaan yang telah disediakan.

1. Kuisioner

Lembar-lembar kertas berisi pertanyaan yang telah disusun akan disebarkan secara acak kepada para responden untuk memperoleh data yang diperlukan bagi peneliti.

2. Wawancara dan survey langsung

Kegiatan ini dilakukan dengan mendatangi langsung ke tempat penelitian untuk mendapatkan data yang relevan, metode wawancara berguna untuk melengkapi data penelitian sehingga dapat memperlancar dan mengefektifkan pelaksanaan metode pengumpulan data lainnya.

3. Studi literatur

Merupakan metode pengumpulan data dengan membaca brosur dan dokumen lain yang diberikan oleh instansi yang terkait serta literatur dan dokumen lain yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi, berupa data yang sudah ada pada instansi tersebut.

3.4 Definisi Operasional Variabel

- a. Tenaga pengajar yang berkualitas berpengalaman: kemampuan para pengajar dalam memenuhi atau melebihi harapan kebutuhan yang telah ditentukan.
- b. Metode penyampaian materi yang jelas dan terarah: penyampaian materi oleh dosen yang mudah diterima oleh mahasiswa.
- c. Kemudahan berkonsultasi dengan dosen pembimbing: dosen menyediakan waktu diluar kelas untuk mahasiswa yang ingin berkonsultasi.

- d. Fasilitas perpustakaan yang memadai: terdapatnya fasilitas dalam menyediakan sumber referensi yang berkaitan dengan mata kuliah dan ilmu pengetahuan.
- e. Fasilitas laboratorium yang memadai: terdapatnya tempat dimana siswa dapat mengaplikasikan apa yang telah diperoleh di kelas saat pertemuan tatap muka.
- f. Suasana belajar yang tenang dan mendukung: lingkungan kampus yang kondusif untuk melakukan kegiatan belajar mengajar.
- g. Tersedianya fasilitas dalam proses belajar mengajar: adanya fasilitas dan perlengkapan perkuliahan yang memadai.
- h. Kesesuaian materi yang diberikan dengan silabi: materi yang diberikan oleh dosen sesuai dengan silabi yang telah diberikan pada saat awal perkuliahan.
- i. Ketepatan waktu perkuliahan oleh dosen: perkuliahan dimulai dan diakhiri sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

3.5 Metode Analisis Data

- a. Untuk mengetahui prioritas kebutuhan mahasiswa terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember, alat analisis yang digunakan adalah skala prioritas. Data yang diperoleh melalui kuisioner diolah dan disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 3.2 Skala Prioritas Kebutuhan Konsumen

No.	Skor	9 82 1	Total	%
		1 28 9		
1.	Atribut 1			
2.	Atribut 2			
...			
n	Atribut n	Y _{xn} Z _{xn}	$\sum Z_n$	

Sumber : Saifudin, Azwar (1998:68)

Keterangan :

Y_{xn} = jumlah responden yang memilih atribut n

Z_{xn} = Y_{xn} X skor

- b. Untuk mengetahui sikap mahasiswa terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember, digunakan analisis sikap. Alat yang digunakan adalah Fishbein Model, yaitu untuk mengukur sikap mahasiswa terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember positif atau negatif. Alat analisis sikap dengan Fishbein Model adalah sebagai berikut :

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

dimana :

A_o = sikap terhadap obyek

b_i = kekuatan kepercayaan bahwa obyek memiliki atribut i

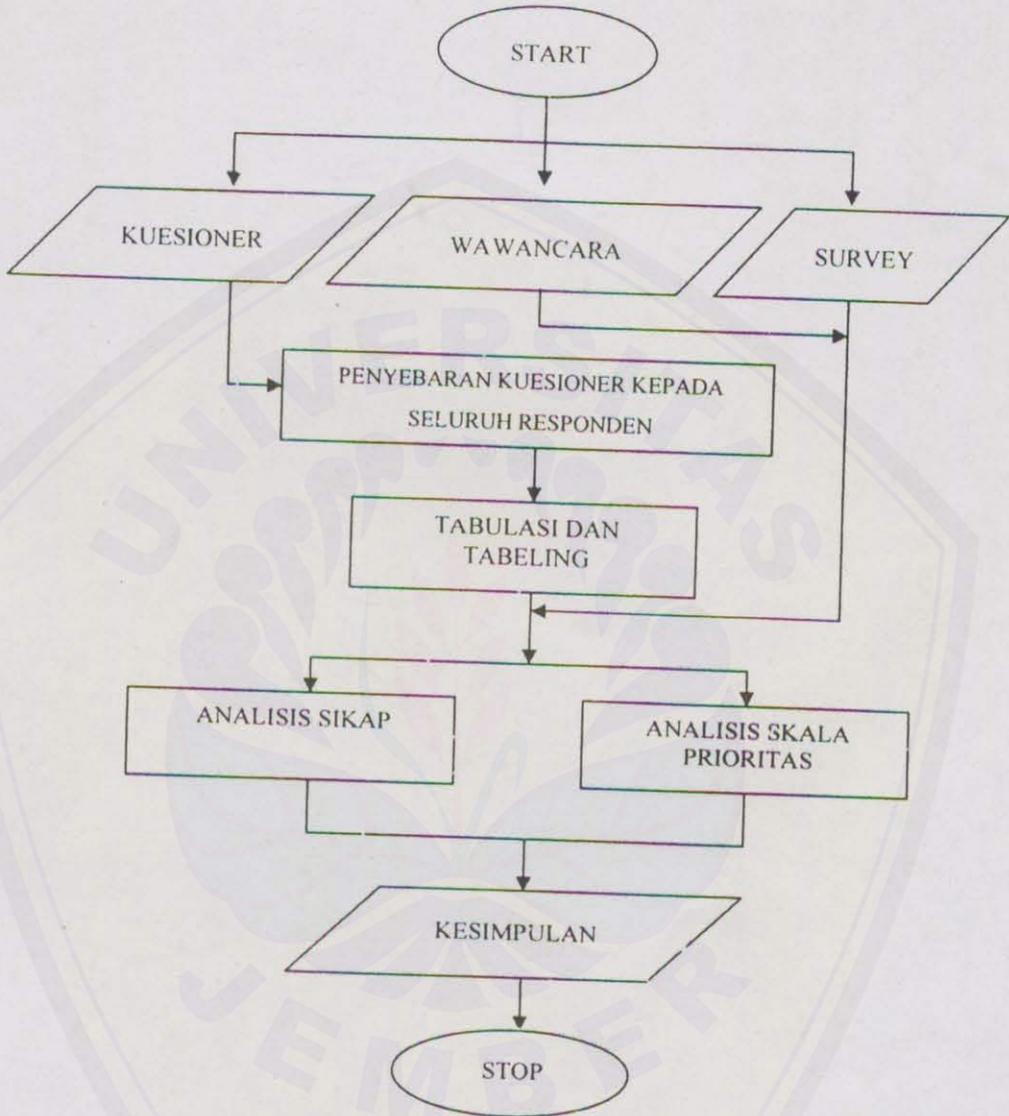
e_i = evaluasi mengenai atribut i

n = jumlah atribut yang menonjol.

Dengan demikian, model tersebut mengemukakan bahwa sikap terhadap obyek tertentu didasarkan pada perangkat kepercayaan yang diringkas mengenai atribut obyek yang bersangkutan yang diberi bobot oleh evaluasi terhadap atribut ini. Atribut-atribut yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Tenaga pengajar yang berkualitas dan berpengalaman.
- b. Metode penyampaian materi yang jelas dan terarah.
- c. Kemudahan berkonsultasi dengan dosen pembimbing.
- d. Fasilitas perpustakaan yang memadai.
- e. Fasilitas laboratorium yang memadai.
- f. Suasana belajar yang tenang dan mendukung.
- g. Tersedianya fasilitas dalam proses belajar mengajar.
- h. Kesesuaian materi yang disampaikan dengan silabi.
- i. Ketepatan waktu perkuliahan oleh dosen.

3.6 Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah



Keterangan:

1. Tahapan pertama penelitian ini adalah adalah pencarian data yang dilakukan dengan cara kuesioner, wawancara dan survey langsung.
2. Setelah data-data yang berhubungan dengan penelitian terkumpul maka dilakukan penyebaran kuesioner.
3. Dari hasil penyebaran kuesioner tersebut kemudian dibuat tabulasi dan disusun dalam bentuk tabel-tabel guna mempermudah penganalisaan data.
4. Langkah selanjutnya adalah menganalisis sikap para responden terhadap Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember negatif atau positif digunakan Fishbein Model dengan mengevaluasi keyakinan dan mengukur seberapa kuat keyakinan responden tersebut, sedangkan untuk menunjukkan prioritas atribut yang diutamakan dalam menentukan salah satu program yang ditawarkan digunakan Skala Prioritas.
5. Kesimpulan.
6. Stop (selesai).

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

5.1.1 Analisis Prioritas Kebutuhan Mahasiswa

Gambaran mengenai prioritas kebutuhan mahasiswa terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember, diperoleh dari analisis kebutuhan konsumen melalui perhitungan analisis skala prioritas.

Urutan prioritas kebutuhan mahasiswa terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember adalah:

- a. Prioritas pertama adalah tenaga pengajar yang berkualitas berpengalaman.
- b. Prioritas kedua adalah tersedianya fasilitas dalam proses belajar mengajar.
- c. Prioritas ketiga adalah fasilitas perpustakaan yang memadai.
- d. Prioritas keempat adalah suasana belajar yang tenang dan mendukung.
- e. Prioritas kelima adalah metode penyampaian materi yang jelas dan terarah.
- f. Prioritas keenam adalah kemudahan berkonsultasi dengan dosen pembimbing.
- g. Prioritas ketujuh adalah kesesuaian materi yang diberikan dengan silabi.
- h. Prioritas kedelapan adalah fasilitas laboratorium yang memadai.
- i. Prioritas kesembilan adalah ketepatan waktu perkuliahan oleh dosen.

5.1.2 Analisis Sikap Mahasiswa

Berdasarkan analisis sikap mahasiswa terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang menggunakan *Fishbein's Attitude Model* 's dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil pengukuran kognitif (komponen keyakinan konsumen) dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yakin Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember mampu memberikan atribut-atribut yang diinginkan mahasiswa, kecuali 2 atribut yang kurang diyakini mahasiswa yaitu kesesuaian materi yang diberikan dengan silabi dan ketepatan waktu perkuliahan oleh dosen.

- b. Berdasarkan hasil pengukuran afektif (komponen penilaian konsumen) dapat disimpulkan bahwa mahasiswa menyatakan setuju Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember memiliki atribut tenaga pengajar yang berkualitas dan berpengalaman, suasana belajar yang tenang dan mendukung, tersedianya fasilitas dalam proses belajar mengajar, metode penyampaian materi yang jelas dan terarah, kesesuaian materi yang disampaikan dengan silabi dan mahasiswa menyatakan kurang setuju bahwa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember memiliki atribut kemudahan berkonsultasi dengan dosen pembimbing, fasilitas perpustakaan yang memadai, fasilitas laboratorium yang memadai, dan ketepatan waktu perkuliahan oleh dosen.
- c. Berdasarkan hasil pengukuran konatif dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa mempunyai keinginan untuk merekomendasikan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember kepada orang lain sebagai tempat kuliah.
- d. Berdasarkan hasil pengukuran sikap mahasiswa secara keseluruhan diketahui nilai sikap mahasiswa adalah +10,4577 bernilai positif yang berarti sikap mahasiswa terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember adalah baik.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan dari analisis data diatas, maka peneliti memberi saran kepada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember, agar Jurusan Manajemen selalu memantau perkembangan lingkungan pendidikan dan mengamati perubahan dari sikap mahasiswa, meskipun sikap mahasiswa terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember secara keseluruhan memang sudah baik. Jurusan Manajemen juga harus mampu meningkatkan kualitas atribut-atribut yang dinilai baik, namun skornya masih rendah diantaranya fasilitas perpustakaan yang memadai (+1,037), kemudahan berkonsultasi dengan dosen pembimbing (+0,987), fasilitas

laboratorium yang memadai (+0,9639), dan ketepatan waktu perkuliahan oleh dosen (+0,5829).



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini. 1996. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta
- Azwar, Saifudin. 1998. *Sikap Manusia, Teori, dan Pengukurannya*. Jakarta : Liberty
- Engel, James F. dkk. 1994. *Perilaku Konsumen. Edisi keenam*. Jakarta : Binarupa Aksara
- Hermawan, Phutut. 2001. *Analisis Sikap Konsumen terhadap Program UPT Bahasa pada Mahasiswa Universitas Jember*. Jember : Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember. 2004. *Buku Pedoman Penyusunan Skripsi Strata Satu / SI*. Jember : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Prenhallindo
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 1988. *Perilaku Konsumen*. Bandung : PT. ERESKO
- Setiadi, J. Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Prenada Media
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. 1985. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Liberty
- Tjiptono, Fandi. 1996. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : CV. Andi
- Umar, Husain. 1997. *Metodologi Penelitian : Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- 1999. *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum
- Winardi. 1991. *Marketing dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : CV. Mandar Maju

Lampiran 1. Daftar Kuesioner

Yth :

Sdr / i Responden

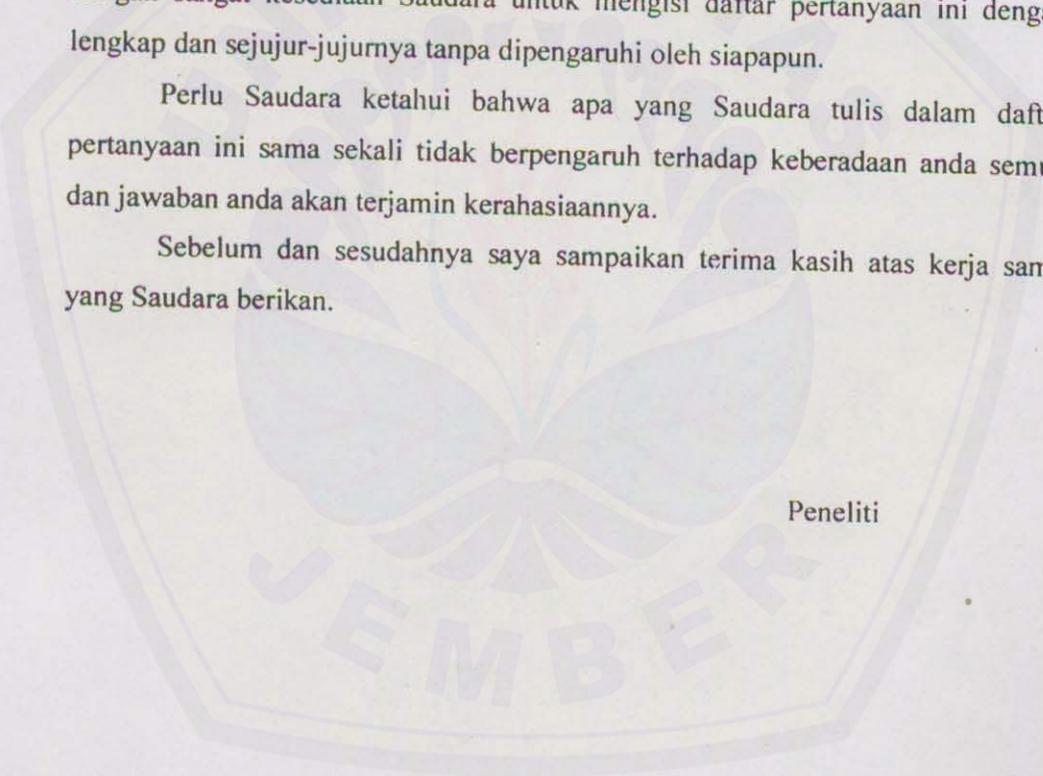
Dengan hormat,

Dalam kesibukan Saudara, saya mohon kesediaannya untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi daftar pertanyaan yang saya lampirkan berikut ini. Saya dari fakultas Ekonomi Universitas Jember ingin mengadakan penelitian mengenai “Analisis sikap mahasiswa terhadap atribut jasa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember”. Oleh karena itu saya mengharapkan dengan sangat kesediaan Saudara untuk mengisi daftar pertanyaan ini dengan lengkap dan sejujur-jujurnya tanpa dipengaruhi oleh siapapun.

Perlu Saudara ketahui bahwa apa yang Saudara tulis dalam daftar pertanyaan ini sama sekali tidak berpengaruh terhadap keberadaan anda semua dan jawaban anda akan terjamin kerahasiaannya.

Sebelum dan sesudahnya saya sampaikan terima kasih atas kerja sama yang Saudara berikan.

Peneliti



ANGKET PENELITIAN

Nomor responden :.....(diisi oleh peneliti)

Tahun angkatan :.....

DAFTAR PERTANYAAN

1. Saudara diminta untuk menilai prioritas Saudara terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Petunjuk :

Berilah nomor urut (1-9) pada kriteria-kriteria yang sesuai dengan pendapat Saudara, kriteria-kriteria tersebut adalah:

- (...) Tenaga pengajar yang berkualitas dan berpengalaman.
- (...) Metode penyampaian materi yang jelas dan terarah.
- (...) Kemudahan berkonsultasi dengan dosen pembimbing.
- (...) Fasilitas perpustakaan yang memadai.
- (...) Fasilitas laboratorium yang memadai.
- (...) Suasana belajar yang tenang dan mendukung.
- (...) Tersedianya fasilitas dalam proses belajar mengajar.
- (...) Kesesuaian materi yang diberikan dengan silabi.
- (...) Ketepatan waktu perkuliahan oleh dosen.

Prioritas lain (bila ada)

(...)

(...)

(...)

Digital Repository Universitas Jember

2. Saudara diminta untuk memberikan peringkat sejauh mana keyakinan Saudara terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Petunjuk:

Berilah tanda silang (X) dibawah huruf-huruf yang sesuai dengan pilihan saudara.

Kriteria-kriterianya adalah sebagai berikut :

A = sangat yakin

C = biasa-biasa saja

E = sangat tidak yakin

B = yakin

D = tidak yakin

No	Atribut	A	B	C	D	E
1	Tenaga pengajar yang berkualitas dan berpengalaman					
2	Metode penyampaian materi yang jelas dan terarah.					
3	Kemudahan berkonsultasi dengan dosen pembimbing.					
4	Fasilitas perpustakaan yang memadai					
5	Fasilitas laboratorium yang memadai					
6	Suasana belajar yang tenang dan mendukung.					
7	Tersedianya fasilitas dalam proses belajar mengajar.					
8	Kesesuaian materi yang diberikan dengan silabi.					
9	Ketepatan waktu perkuliahan oleh dosen					

3. Saudara diminta untuk memberikan penilaian Saudara terhadap atribut jasa yang ditawarkan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Petunjuk:

Berilah tanda silang (X) dibawah huruf-huruf yang sesuai dengan pilihan saudara.

Kriteria-kriterianya adalah sebagai berikut :

A = sangat setuju

C = biasa-biasa saja

E = sangat tidak setuju

B = setuju

D = tidak setuju

No	Atribut	A	B	C	D	E
1	Tenaga pengajar yang berkualitas dan berpengalaman					
2	Metode penyampaian materi yang jelas dan terarah.					
3	Kemudahan berkonsultasi dengan dosen pembimbing.					
4	Fasilitas perpustakaan yang memadai					
5	Fasilitas laboratorium yang memadai					
6	Suasana belajar yang tenang dan mendukung.					
7	Tersedianya fasilitas dalam proses belajar mengajar.					
8	Kesesuaian materi yang diberikan dengan silabi.					
9	Ketepatan waktu perkuliahan oleh dosen					

4. Setelah Saudara kuliah di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember, adakah keinginan Saudara untuk merekomendasikan kepada orang lain (teman atau keluarga) untuk memilih Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember sebagai tempat kuliah?

Petunjuk:

Berilah tanda silang (X) pada huruf-huruf yang sesuai dengan pilihan saudara.

(A) ada keinginan

(B) ragu-ragu

(C) tidak ada keinginan

Lampiran 2. Hasil Kuesioner (Skala Prioritas Kebutuhan Konsumen)

No	Atribut	Prioritas									Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1.	Tenaga pengajar yang berkualitas dan berpengalaman	48	17	8	6	10	5	7	3	4	108
2.	Metode penyampaian materi yang jelas dan terarah.	7	10	13	15	15	12	19	10	7	108
3.	Kemudahan berkonsultasi dengan dosen pembimbing.	9	11	10	14	11	19	14	12	8	108
4.	Fasilitas perpustakaan yang memadai.	6	11	6	14	11	19	13	11	7	108
5.	Fasilitas laboratorium yang memadai	7	5	9	10	12	14	15	17	19	108
6.	Suasana belajar yang tenang dan mendukung	10	12	17	10	13	6	14	14	12	108
7.	Tersedianya fasilitas dalam proses belajar mengajar	6	32	14	15	15	10	8	6	2	108
8.	Kesesuaian materi yang disampaikan dengan silabi	7	6	13	19	11	13	12	17	10	108
9.	Ketepatan waktu perkuliahan oleh dosen	7	5	7	7	12	10	8	15	37	108

Sumber: Lampiran 1 (Jawaban dari pertanyaan kuesioner No.1).

Lampiran 3. Hasil Kuesioner (Komponen Kognitif)

No	Atribut	Pernyataan responden					Jumlah
		Sangat setuju	Setuju	Biasa-Biasa saja	tidak setuju	sangat tidak setuju	
1.	Tenaga pengajar yang berkualitas dan berpengalaman	54	47	5	2	0	108
2.	Metode penyampaian materi yang jelas dan terarah.	32	64	9	3	0	108
3.	Kemudahan berkonsultasi dengan dosen pembimbing.	31	58	12	7	0	108
4.	Fasilitas perpustakaan yang memadai.	43	52	7	6	0	108
5.	Fasilitas laboratorium yang memadai	48	37	19	4	0	108
6.	Suasana belajar yang tenang dan mendukung	44	49	15	0	0	108
7.	Tersedianya fasilitas dalam proses belajar mengajar	51	46	4	7	0	108
8.	Kesesuaian materi yang disampaikan dengan silabi	36	44	19	9	0	108
9.	Ketepatan waktu perkuliahan oleh dosen	25	48	31	4	0	108

Sumber: Lampiran 1 (Jawaban dari pertanyaan kuesioner No.2).

Lampiran 4. Hasil Kuesioner (Komponen Afektif)

No	Atribut	Pernyataan responden					Jumlah
		Sangat setuju	Setuju	Biasa-biasa saja	Tidak setuju	Sangat tidak setuju	
1.	Tenaga pengajar yang berkualitas dan berpengalaman	39	62	2	4	1	108
2.	Metode penyampaian materi yang jelas dan terarah.	41	48	9	7	3	108
3.	Kemudahan berkonsultasi dengan dosen pembimbing.	46	31	12	17	2	108
4.	Fasilitas perpustakaan yang memadai.	28	52	18	4	6	108
5.	Fasilitas laboratorium yang memadai	36	41	9	19	3	108
6.	Suasana belajar yang tenang dan mendukung	56	27	8	14	3	108
7.	Tersedianya fasilitas dalam proses belajar mengajar	35	59	7	3	4	108
8.	Kesesuaian materi yang disampaikan dengan silabi	37	51	13	5	2	108
9.	Ketepatan waktu perkuliahan oleh dosen	17	53	27	7	4	108

Sumber: Lampiran 1 (Jawaban dari pertanyaan kuesioner No.3).

Lampiran 5. Hasil Kuesioner dan Perhitungan untuk Data Komponen Konatif

1. Ada keinginan = 67 responden
2. Ragu-ragu = 28 responden
3. Tidak ada keinginan = 13 responden

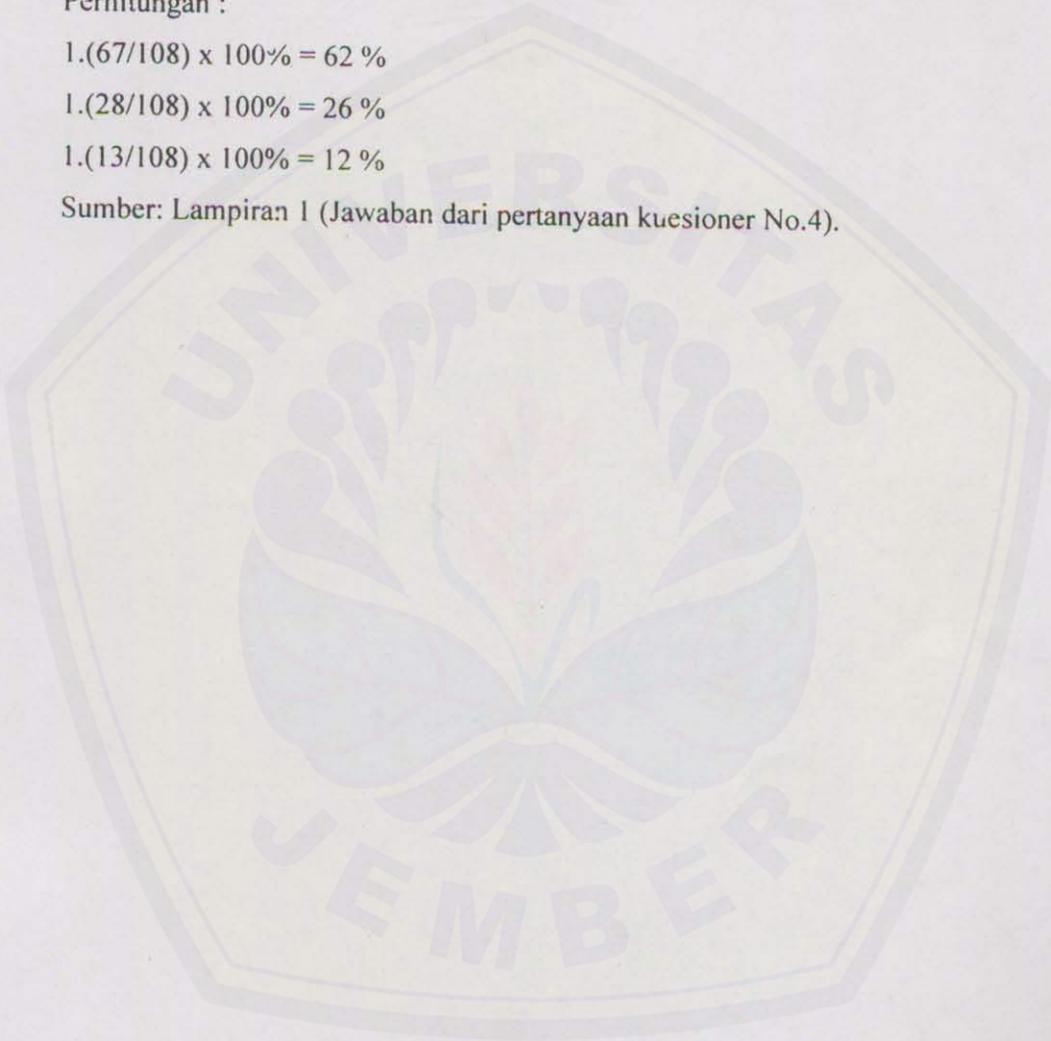
Perhitungan :

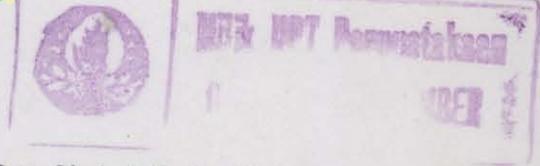
$$1. (67/108) \times 100\% = 62 \%$$

$$1. (28/108) \times 100\% = 26 \%$$

$$1. (13/108) \times 100\% = 12 \%$$

Sumber: Lampiran 1 (Jawaban dari pertanyaan kuesioner No.4).





Lampiran 6. Perhitungan untuk Data Skala Prioritas Kebutuhan Mahasiswa

1. Skor = $(48 \times 9) + (17 \times 8) + (8 \times 7) + (6 \times 6) + (10 \times 5) + (5 \times 4) + (7 \times 3) + (3 \times 2) + (4 \times 1)$
= 761
2. Skor = $(6 \times 9) + (32 \times 8) + (14 \times 7) + (15 \times 6) + (15 \times 5) + (10 \times 4) + (8 \times 3) + (6 \times 2) + (2 \times 1)$
= 651
3. Skor = $(10 \times 9) + (12 \times 8) + (17 \times 7) + (10 \times 6) + (13 \times 5) + (6 \times 4) + (14 \times 3) + (14 \times 2) + (12 \times 1)$
= 536
4. Skor = $(6 \times 9) + (11 \times 8) + (16 \times 7) + (14 \times 6) + (11 \times 5) + (19 \times 4) + (13 \times 3) + (11 \times 2) + (7 \times 1)$
= 537
5. Skor = $(7 \times 9) + (5 \times 8) + (9 \times 7) + (10 \times 6) + (12 \times 5) + (14 \times 4) + (15 \times 3) + (17 \times 2) + (19 \times 1)$
= 440
6. Skor = $(9 \times 9) + (11 \times 8) + (10 \times 7) + (14 \times 6) + (11 \times 5) + (19 \times 4) + (14 \times 3) + (12 \times 2) + (8 \times 1)$
= 528
7. Skor = $(7 \times 9) + (10 \times 8) + (13 \times 7) + (15 \times 6) + (15 \times 5) + (12 \times 4) + (19 \times 3) + (10 \times 2) + (7 \times 1)$
= 531
8. Skor = $(7 \times 9) + (6 \times 8) + (13 \times 7) + (19 \times 6) + (11 \times 5) + (13 \times 4) + (12 \times 3) + (17 \times 2) + (10 \times 1)$
= 503
9. Skor = $(7 \times 9) + (5 \times 8) + (7 \times 7) + (7 \times 6) + (12 \times 5) + (10 \times 4) + (8 \times 3) + (15 \times 2) + (37 \times 1)$
= 385

Sumber : Lampiran 2.

Lampiran 7. Tabel Skala Prioritas Kebutuhan Mahasiswa

No	Atribut	Skor									Total	Ranking	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9			
1.	Tenaga pengajar yang berkualitas dan berpengalaman	48	17	8	6	10	20	5	7	3	4	761	1
		432	136	56	36	50	20	6	21	6	4		
2.	Metode penyampaian materi yang jelas dan terarah.	63	10	13	15	15	48	12	19	10	7	531	5
		63	80	91	90	75	48	12	57	20	7		
3.	Kemudahan berkonsultasi dengan dosen pembimbing.	81	11	10	14	11	76	19	14	12	8	528	6
		81	88	70	84	55	76	19	42	24	8		
4.	Fasilitas perpustakaan yang memadai.	54	11	6	14	11	76	19	13	11	7	537	3
		54	88	112	84	55	76	19	39	22	7		
5.	Fasilitas laboratorium yang memadai	63	5	9	10	12	56	14	15	17	19	440	8
		63	40	63	60	60	56	14	45	34	19		
6.	Suasana belajar yang tenang dan mendukung	90	12	17	10	13	24	6	14	14	12	536	4
		90	96	119	60	65	24	6	42	28	12		
7.	Tersedianya fasilitas dalam proses belajar mengajar	54	32	14	15	15	40	10	8	6	2	651	2
		54	256	98	90	75	40	10	24	12	2		
8.	Kesesuaian materi yang disampaikan dengan silabi	63	6	13	19	11	52	13	12	17	10	503	7
		63	48	91	114	55	52	13	36	34	10		
9.	Ketepatan waktu perkuliahan oleh dosen	63	5	7	7	12	40	10	8	15	37	385	9
		63	40	49	42	60	40	10	24	30	37		

Sumber : Lampiran 2 dan Lampiran 6.

Lampiran 8. Perhitungan untuk Data Komponen Kognitif

$$1. b_i = \frac{(54 \times 2) + (47 \times 1) + (5 \times 0) + (2 \times -1) + (0 \times -2)}{108}$$

$$= 153/108$$

$$= 1,42$$

$$2. b_i = \frac{(32 \times 2) + (64 \times 1) + (9 \times 0) + (3 \times -1) + (0 \times -2)}{108}$$

$$= 125/108$$

$$= 1,16$$

$$3. b_i = \frac{(31 \times 2) + (58 \times 1) + (12 \times 0) + (7 \times -1) + (0 \times -2)}{108}$$

$$= 113/108$$

$$= 1,05$$

$$4. b_i = \frac{(43 \times 2) + (52 \times 1) + (7 \times 0) + (5 \times -1) + (0 \times -2)}{108}$$

$$= 132/108$$

$$= 1,22$$

$$5. b_i = \frac{(48 \times 2) + (37 \times 1) + (19 \times 0) + (4 \times -1) + (0 \times -2)}{108}$$

$$= 129/108$$

$$= 1,19$$

$$6. b_i = \frac{(44 \times 2) + (49 \times 1) + (15 \times 0) + (0 \times -1) + (0 \times -2)}{108}$$

$$= 137/108$$

$$= 1,27$$

$$7. b_i = \frac{(51 \times 2) + (46 \times 1) + (4 \times 0) + (7 \times -1) + (0 \times -2)}{108}$$

$$= 141/108$$

$$= 1,30$$

$$8. b_i = \frac{(36 \times 2) + (44 \times 1) + (19 \times 0) + (9 \times -1) + (0 \times -2)}{108}$$

$$= 107/108$$

$$= 0,99$$

$$9. b_i = \frac{(25 \times 2) + (48 \times 1) + (31 \times 0) + (4 \times -1) + (0 \times -2)}{108}$$

$$= 94/108$$

$$= 0,87$$

Sumber : Lampiran 3.

Lampiran 9. Perhitungan untuk Data Komponen Afektif

$$\begin{aligned} 1. e_i &= \frac{(39 \times 2) + (62 \times 1) + (2 \times 0) + (4 \times -1) + (1 \times -2)}{108} \\ &= 134/108 \\ &= 1,24 \\ 2. e_i &= \frac{(41 \times 2) + (48 \times 1) + (9 \times 0) + (7 \times -1) + (3 \times -2)}{108} \\ &= 117/108 \\ &= 1,08 \\ 3. e_i &= \frac{(46 \times 2) + (31 \times 1) + (12 \times 0) + (17 \times -1) + (2 \times -2)}{108} \\ &= 102/108 \\ &= 0,94 \\ 4. e_i &= \frac{(28 \times 2) + (52 \times 1) + (18 \times 0) + (4 \times -1) + (6 \times -2)}{108} \\ &= 92/108 \\ &= 0,85 \\ 5. e_i &= \frac{(36 \times 2) + (41 \times 1) + (9 \times 0) + (19 \times -1) + (3 \times -2)}{108} \\ &= 88/108 \\ &= 0,81 \\ 6. e_i &= \frac{(56 \times 2) + (27 \times 1) + (8 \times 0) + (14 \times -1) + (3 \times -2)}{108} \\ &= 119/108 \\ &= 1,10 \\ 7. e_i &= \frac{(35 \times 2) + (59 \times 1) + (7 \times 0) + (3 \times -1) + (4 \times -2)}{108} \\ &= 118/108 \\ &= 1,09 \\ 8. e_i &= \frac{(37 \times 2) + (51 \times 1) + (13 \times 0) + (5 \times -1) + (2 \times -2)}{108} \\ &= 116/108 \\ &= 1,07 \\ 9. e_i &= \frac{(17 \times 2) + (53 \times 1) + (27 \times 0) + (7 \times -1) + (4 \times -2)}{108} \\ &= 72/108 \\ &= 0,67 \end{aligned}$$

Sumber : Lampiran 4.

LAMPIRAN 10. TABULASI DATA SKALA PRIORITAS KEBUTUHAN MAHASISWA (JAWABAN KUESIONER No.1)

No Responden	Jawaban Responden (Peringkat)								
	Atribut Jasa								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	1	2	3	4	6	8	9	5	7
2	2	1	3	4	9	8	5	7	6
3	2	1	3	4	7	6	8	9	5
4	1	3	5	4	8	7	6	2	9
5	3	1	7	5	6	8	4	2	9
6	1	2	3	6	7	5	4	7	8
7	2	4	7	3	5	1	6	8	9
8	1	2	7	4	3	6	5	9	8
9	2	4	3	5	6	1	9	8	7
10	3	2	7	2	8	1	4	7	9
11	1	3	8	2	5	6	4	7	9
12	2	3	4	7	6	1	8	9	5
13	2	4	3	5	6	1	7	8	9
14	3	1	4	8	7	6	5	2	9
15	1	4	5	3	8	6	7	9	2
16	1	4	5	3	6	7	8	9	2
17	2	1	4	3	5	6	7	8	9
18	1	5	8	2	3	4	4	8	9
19	2	5	8	4	9	1	4	7	8
20	2	1	4	5	3	9	8	7	6
21	1	9	4	2	3	5	6	7	8
22	2	9	5	7	6	1	4	3	8
23	1	3	9	8	7	5	4	6	2
24	3	4	9	8	7	1	6	5	2
25	2	9	3	4	5	1	6	7	8
26	1	2	3	4	6	8	9	5	7
27	2	1	3	4	9	8	5	7	6
28	2	1	3	4	7	6	8	9	5
29	1	3	5	4	8	7	6	2	9
30	3	1	7	5	6	8	4	2	9
31	1	2	3	6	7	5	4	7	8
32	2	4	7	3	5	1	6	8	9
33	1	2	7	4	3	6	5	9	8
34	2	4	3	5	6	1	9	8	7
35	3	2	7	2	8	1	4	7	9
36	1	3	8	2	5	6	4	7	9
37	2	3	4	7	6	1	8	9	5
38	2	4	3	5	6	1	7	8	9

39	3	1	4	8	7	6	5	2	9
40	1	4	5	3	8	6	7	9	2
41	1	4	5	3	6	7	8	9	2
42	2	1	4	3	5	6	7	8	9
43	1	5	8	2	3	4	4	8	9
44	2	5	8	4	9	1	4	7	8
45	2	1	4	5	3	9	8	7	6
46	1	9	4	2	3	5	6	7	8
47	2	9	5	7	6	1	4	3	8
48	1	3	9	8	7	5	4	6	2
49	3	4	9	8	7	1	6	5	2
50	2	9	3	4	5	1	6	7	8
51	1	2	3	4	6	8	9	5	7
52	2	1	3	4	9	8	5	7	6
53	2	1	3	4	7	6	8	9	5
54	1	3	5	4	8	7	6	2	9
55	3	1	7	5	6	8	4	2	9
56	1	2	3	6	7	5	4	7	8
57	2	4	7	3	5	1	6	8	9
58	1	2	7	4	3	6	5	9	8
59	2	4	3	5	6	1	9	8	7
60	3	2	7	2	8	1	4	7	9
61	1	3	8	2	5	6	4	7	9
62	2	3	4	7	6	1	8	9	5
63	2	4	3	5	6	1	7	8	9
64	3	1	4	8	7	6	5	2	9
65	1	4	5	3	8	6	7	9	2
66	1	4	5	3	6	7	8	9	2
67	2	1	4	3	5	6	7	8	9
68	1	5	8	2	3	4	4	8	9
69	2	5	8	4	9	1	4	7	8
70	2	1	4	5	3	9	8	7	6
71	1	9	4	2	3	5	6	7	8
72	2	9	5	7	6	1	4	3	8
73	1	3	9	8	7	5	4	6	2
74	3	4	9	8	7	1	6	5	2
75	2	9	3	4	5	1	6	7	8
76	1	2	3	4	6	8	9	5	7
77	2	1	3	4	9	8	5	7	6
78	2	1	3	4	7	6	8	9	5
79	1	3	5	4	8	7	6	2	9
80	3	1	7	5	6	8	4	2	9
81	1	2	3	6	7	5	4	7	8
82	2	4	7	3	5	1	6	8	9

83	1	2	7	4	3	6	5	9	8
84	2	4	3	5	6	1	9	8	7
85	3	2	7	2	8	1	4	7	9
86	1	3	8	2	5	6	4	7	9
87	2	3	4	7	6	1	8	9	5
88	2	4	3	5	6	1	7	8	9
89	3	1	4	8	7	6	5	2	9
90	1	4	5	3	8	6	7	9	2
91	1	4	5	3	6	7	8	9	2
92	2	1	4	3	5	6	7	8	9
93	1	5	8	2	3	4	4	8	9
94	2	5	8	4	9	1	4	7	8
95	2	1	4	5	3	9	8	7	6
96	1	9	4	2	3	5	6	7	8
97	2	9	5	7	6	1	4	3	8
98	1	3	9	8	7	5	4	6	2
99	3	4	9	8	7	1	6	5	2
100	2	9	3	4	5	1	6	7	8
101	1	2	3	4	6	8	9	5	7
102	2	1	3	4	9	8	5	7	6
103	2	1	3	4	7	6	8	9	5
104	1	3	5	4	8	7	6	2	9
105	3	1	7	5	6	8	4	2	9
106	1	2	3	6	7	5	4	7	8
107	2	4	7	3	5	1	6	8	9
108	1	2	7	4	3	6	5	9	8

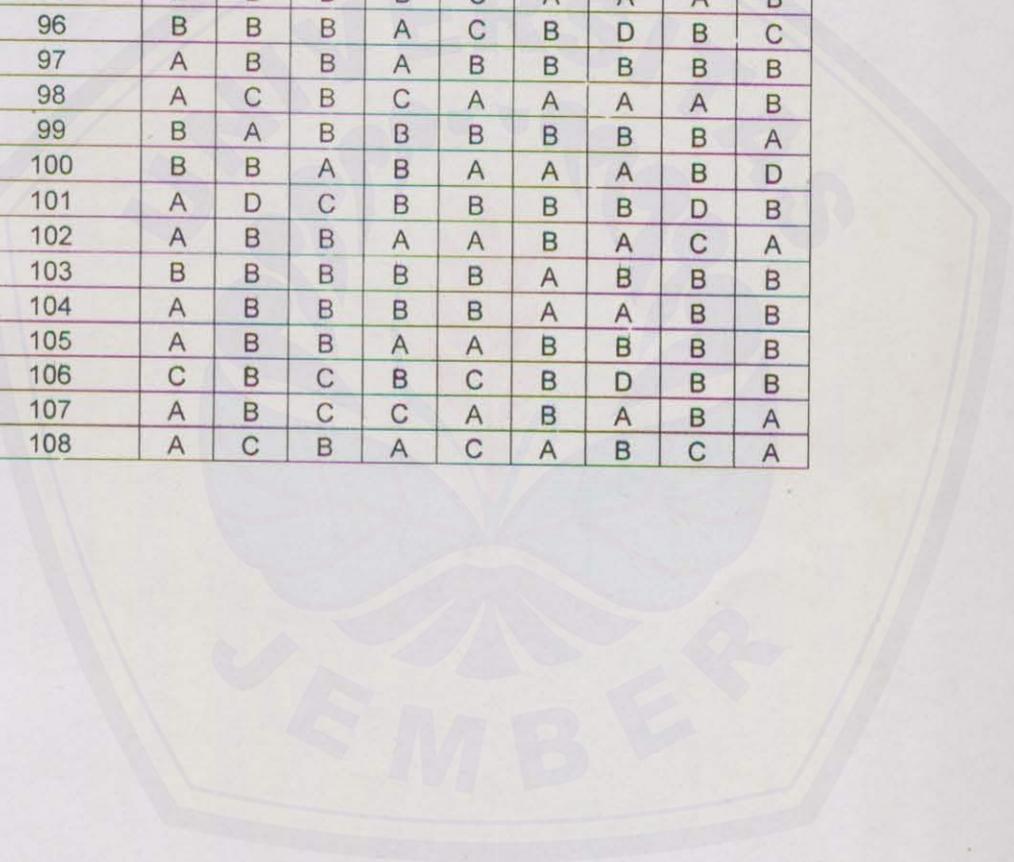


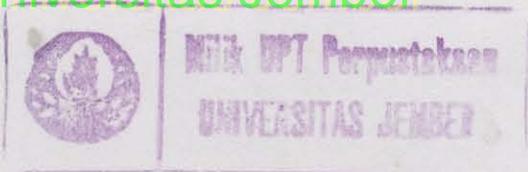
LAMPIRAN 11. TABULASI DATA KOMPONEN KOGNITIF (JAWABAN KUESIONER No.2)

No Responden	Jawaban Responden								
	Atribut Jasa								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	B	D	A	C	C	A	B	D	A
2	C	A	C	A	A	C	A	A	C
3	D	A	B	A	B	B	C	C	D
4	A	A	A	B	B	B	B	B	A
5	B	B	C	B	A	A	A	C	B
6	A	B	A	A	C	A	B	C	B
7	A	B	A	A	C	B	D	A	A
8	D	A	D	B	B	B	B	A	B
9	A	A	A	B	A	C	A	B	C
10	C	B	A	A	B	C	A	C	C
11	B	B	A	C	A	A	B	A	A
12	A	B	A	B	A	B	A	B	C
13	B	A	A	B	D	B	A	A	A
14	B	B	B	B	B	C	B	D	B
15	A	B	B	A	A	B	B	B	B
16	B	A	B	A	A	A	A	C	A
17	B	B	C	D	A	A	B	C	C
18	A	A	A	D	B	B	B	A	A
19	B	B	B	B	B	B	A	A	C
20	B	A	B	B	A	A	A	B	A
21	A	A	B	B	A	C	B	B	B
22	B	B	D	A	B	C	D	C	C
23	A	B	B	B	C	C	A	D	D
24	A	B	A	A	D	A	A	A	D
25	B	B	A	B	A	B	B	B	C
26	B	A	B	B	B	B	B	C	C
27	B	A	B	A	A	A	B	C	A
28	B	B	B	B	B	B	A	A	B
29	B	B	C	B	A	B	B	B	B
30	A	A	B	D	B	A	A	A	A
31	A	B	B	A	C	B	B	B	A
32	C	B	B	C	C	B	A	B	B
33	B	A	A	A	A	A	A	D	C
34	B	C	B	B	A	C	A	A	B
35	A	D	B	D	B	C	B	C	C
36	C	A	A	A	A	A	C	A	A
37	B	B	B	B	A	B	D	A	B
38	A	B	D	A	B	B	A	B	A

39	B	A	D	B	A	A	B	D	C
40	B	A	B	A	A	B	B	D	C
41	A	B	B	B	B	A	B	A	A
42	B	A	B	A	D	B	A	B	B
43	B	A	A	A	A	B	A	A	C
44	A	A	B	B	B	B	A	A	A
45	A	B	B	B	B	A	B	B	C
46	B	B	B	A	A	C	A	B	B
47	B	B	B	A	C	A	B	A	B
48	A	B	A	B	A	B	A	A	C
49	A	A	B	A	A	A	B	A	C
50	B	B	C	B	B	B	B	A	B
51	A	B	B	B	A	C	B	B	B
52	B	B	B	A	A	A	A	C	C
53	A	B	A	A	B	A	A	C	C
54	A	A	A	B	A	B	B	B	A
55	B	B	B	B	B	A	B	C	A
56	B	C	B	B	C	A	A	B	C
57	A	C	A	A	A	B	A	D	B
58	A	B	B	A	B	B	B	A	B
59	B	A	B	C	A	A	A	B	C
60	B	B	A	B	B	A	D	B	B
61	A	B	B	A	B	B	B	A	C
62	A	A	B	B	A	C	B	A	C
63	B	B	A	A	C	A	B	B	B
64	A	B	D	B	A	B	A	A	A
65	A	B	B	A	B	B	C	A	B
66	B	A	B	B	B	B	B	B	B
67	A	B	A	B	A	A	A	C	C
68	B	B	A	A	A	B	A	B	C
69	A	B	B	B	A	A	A	A	B
70	B	C	B	B	B	B	B	A	A
71	A	A	B	A	C	B	A	B	B
72	B	C	C	A	C	A	A	B	B
73	B	B	A	B	A	C	B	A	C
74	A	B	B	A	B	B	A	D	B
75	B	B	B	B	A	C	A	B	C
76	A	A	A	D	A	A	A	B	B
77	B	A	B	A	A	A	B	A	B
78	A	B	A	B	A	B	B	A	C
79	A	B	C	B	A	A	A	B	B
80	A	B	C	A	B	A	A	C	B
81	A	B	B	B	A	B	D	B	B
82	A	A	B	A	B	B	B	A	A

83	B	B	B	B	C	A	C	B	B
84	B	B	A	B	D	A	A	C	A
85	A	B	B	A	B	B	B	B	B
86	A	B	B	C	C	A	A	C	B
87	B	A	B	A	A	C	A	B	B
88	B	B	A	A	B	B	A	A	C
89	A	C	B	B	C	A	B	B	B
90	B	C	A	B	B	B	A	B	B
91	A	B	D	B	A	B	A	A	B
92	A	B	C	D	B	A	A	A	C
93	A	B	A	A	A	A	A	B	B
94	A	A	D	B	C	A	B	B	B
95	B	B	B	B	C	A	A	A	B
96	B	B	B	A	C	B	D	B	C
97	A	B	B	A	B	B	B	B	B
98	A	C	B	C	A	A	A	A	B
99	B	A	B	B	B	B	B	B	A
100	B	B	A	B	A	A	A	B	D
101	A	D	C	B	B	B	B	D	B
102	A	B	B	A	A	B	A	C	A
103	B	B	B	B	B	A	B	B	B
104	A	B	B	B	B	A	A	B	B
105	A	B	B	A	A	B	B	B	B
106	C	B	C	B	C	B	D	B	B
107	A	B	C	C	A	B	A	B	A
108	A	C	B	A	C	A	B	C	A



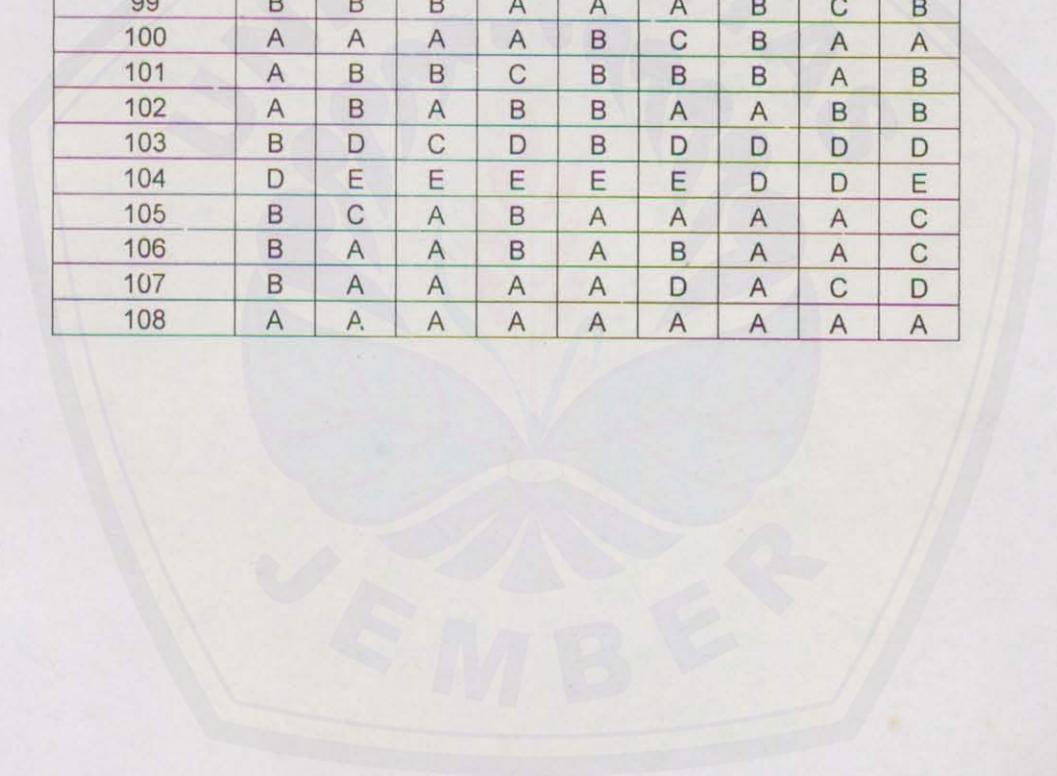


LAMPIRAN 12. TABULASI DATA KOMPONEN AFEKTIF (JAWABAN KUESIONER No.3)

No Responden	Jawaban Responden								
	Atribut Jasa								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	A	A	A	A	A	A	A	A	A
2	B	D	C	E	D	B	E	E	E
3	A	A	B	B	A	A	A	A	B
4	B	B	B	B	C	B	B	A	C
5	D	E	E	C	E	E	E	D	E
6	B	B	B	C	C	A	A	A	B
7	B	B	B	B	A	B	B	B	C
8	B	B	D	B	D	A	B	C	D
9	A	A	C	B	A	B	A	B	B
10	A	A	A	A	A	B	B	A	B
11	B	B	D	C	D	D	B	B	C
12	A	A	D	B	A	B	B	B	C
13	B	B	B	B	A	A	A	A	B
14	C	E	C	E	D	C	A	B	D
15	B	B	B	E	A	A	B	B	B
16	B	B	B	A	A	A	B	B	B
17	B	B	B	C	A	D	B	A	C
18	A	A	A	A	A	A	C	B	C
19	A	D	B	B	A	A	A	A	B
20	A	D	D	B	C	A	A	B	D
21	B	B	C	B	A	D	A	B	B
22	B	B	B	B	A	A	A	B	B
23	B	B	B	B	A	B	A	B	C
24	B	B	D	B	B	D	A	B	C
25	B	B	A	A	B	A	A	C	C
26	D	C	C	E	B	E	E	E	C
27	A	A	A	B	B	A	B	B	C
28	B	B	D	B	D	A	B	B	A
29	A	B	A	B	D	A	B	B	B
30	E	B	A	A	B	A	B	B	B
31	A	A	D	B	C	A	B	C	B
32	A	A	A	B	B	C	A	A	B
33	B	B	D	C	A	A	B	A	A
34	C	C	C	D	A	D	B	A	B
35	B	B	C	B	B	B	B	C	B
36	B	B	A	B	B	B	B	C	B
37	B	D	C	B	A	A	B	B	B
38	A	A	A	A	A	A	B	B	A

39	B	B	D	C	D	A	B	B	B
40	B	B	B	B	A	A	B	B	B
41	B	D	B	B	A	A	A	B	B
42	A	B	B	B	B	A	A	C	C
43	A	A	D	B	D	A	C	B	A
44	A	A	D	B	C	A	A	B	B
45	B	B	B	A	B	A	B	B	C
46	B	A	B	B	A	A	B	B	C
47	A	A	D	A	A	A	C	C	A
48	B	B	A	C	D	A	A	B	D
49	B	A	A	A	A	B	B	B	B
50	A	A	A	A	A	B	B	B	B
51	B	B	A	B	B	C	A	B	C
52	B	B	A	B	B	A	A	C	A
53	A	B	A	B	A	B	B	B	B
54	B	A	A	B	D	C	D	B	B
55	B	B	A	B	B	B	B	B	C
56	A	A	B	B	A	B	B	A	C
57	B	B	B	C	C	A	A	A	A
58	B	B	B	C	B	C	A	A	A
59	D	D	B	B	A	A	C	A	A
60	A	A	D	B	B	A	B	A	B
61	B	B	A	B	B	A	B	A	B
62	A	A	A	B	A	A	B	A	B
63	A	B	A	B	D	A	B	A	B
64	B	A	D	B	D	B	C	A	A
65	B	C	C	E	E	D	C	C	B
66	A	A	A	B	A	A	C	B	B
67	A	A	A	B	D	A	A	A	B
68	B	B	B	C	D	C	E	D	B
69	B	B	B	C	B	A	B	B	A
70	B	B	B	C	B	A	B	B	B
71	A	A	A	A	D	A	B	B	B
72	B	B	A	A	D	B	A	B	B
73	B	A	D	A	A	B	A	B	C
74	A	B	B	C	D	A	B	B	A
75	B	C	B	B	D	A	B	B	B
76	B	B	B	C	B	B	B	A	C
77	A	A	D	D	C	D	B	A	C
78	B	B	A	A	B	A	B	A	B
79	B	A	A	A	B	B	B	B	B
80	A	B	A	A	B	B	B	B	A
81	B	A	D	A	B	C	A	B	D
82	B	B	A	A	B	A	A	B	B

83	A	A	B	A	B	A	B	B	B
84	B	A	B	A	B	A	B	A	B
85	A	A	B	A	B	A	B	A	C
86	B	B	C	C	B	A	B	A	C
87	A	A	A	B	B	A	B	C	C
88	B	C	A	B	B	A	A	B	B
89	A	B	A	C	C	A	B	B	B
90	B	A	A	B	D	C	B	D	B
91	B	A	A	B	B	A	B	B	B
92	B	C	A	B	B	D	B	B	A
93	A	B	A	B	B	D	A	C	E
94	B	A	A	A	B	A	A	A	C
95	A	A	A	A	B	A	B	A	C
96	B	A	A	B	B	A	B	A	B
97	B	C	A	C	B	D	B	A	B
98	B	C	C	D	C	D	B	A	D
99	B	B	B	A	A	A	B	C	B
100	A	A	A	A	B	C	B	A	A
101	A	B	B	C	B	B	B	A	B
102	A	B	A	B	B	A	A	B	B
103	B	D	C	D	B	D	D	D	D
104	D	E	E	E	E	E	D	D	E
105	B	C	A	B	A	A	A	A	C
106	B	A	A	B	A	B	A	A	C
107	B	A	A	A	A	D	A	C	D
108	A	A	A	A	A	A	A	A	A



LAMPIRAN 13. TABULASI DATA KOMPONEN KONATIF (JAWABAN KUESIONER No. 4)

No Responden	Jawaban		
	Ada Keinginan	Ragu-ragu	Tidak ada Keinginan
1	x		
2	x		
3		x	
4	x		
5	x		
6		x	
7		x	
8	x		
9			x
10	x		
11		x	
12		x	
13	x		
14	x		
15		x	
16			x
17	x		
18	x		
19		x	
20	x		
21	x		
22		x	
23			x
24	x		
25	x		
26	x		
27	x		
28			x
29		x	
30	x		
31	x		
32	x		
33	x		
34		x	
35			x
36	x		
37		x	
38	x		
39	x		

40	x		
41	x		
42	x		
43		x	
44			x
45	x		
46	x		
47		x	
48	x		
49	x		
50		x	
51	x		
52	x		
53	x		
54		x	
55	x		
56	x		
57	x		
58		x	
59		x	
60	x		
61	x		
62	x		
63			x
64	x		
65	x		
66	x		
67	x		
68		x	
69		x	
70			x
71	x		
72	x		
73		x	
74		x	
75	x		
76			x
77	x		
78	x		
79			x
80		x	
81	x		
82	x		
83	x		

84	x		
85		x	
86	x		
87	x		
88	x		
89	x		
90	x		
91	x		
92	x		
93	x		
94	x		
95	x		
96			x
97		x	
98		x	
99	x		
100		x	
101	x		
102			x
103	x		
104		x	
105	x		
106		x	
107	x		
108	x		
JUMLAH	67	28	12