

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metoda statistika.¹Data-data yang dimaksud, diperoleh dengan mengukur nilai satu atau lebih variabel dalam sampel (atau populasi).² Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan survei, yaitu pendekatan dengan cara mengumpulkan data dari sejumlah unit atau individu dalam waktu atau jangka waktu yang bersamaan.³

3.1.2 Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) yang berupa wawancara, opini (pendapat) orang secara individu atau kelompok, maupun hasil observasi dari

¹Saefuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998, h. 45

²Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2013, h.145.

³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006, h. 110.

suatu obyek. Ada dua metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data yaitu dengan cara menjawab pertanyaan riset (metode survey) dan penelitian benda (metode observasi).

2. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.⁴

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan peneliti adalah data primer. Data primer dari penelitian ini diperoleh langsung dari penyebaran angket pertanyaan (kuesioner) pada Siswa-siswi kelas XII Madrasah Aliyah Se-Kecamatan Dukuhseti.

3.2 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.⁵ Menurut S. Margono, populasi adalah “Seluruh data yang menjadi perhatian kita

⁴Muchammad Fauzi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h.165.

⁵*Ibid.*, h. 117.

dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan.⁶Dengandemikian, populasiadalahberhubungandenganjumlah data yang akan diteliti. Adapun populasi dalam penelitian itu adalah seluruh siswa kelas XII MA se Kecamatan Dukuhseti Tahun Pelajaran 2016/2017, sebanyak 225 siswa.

Berikut ini akan diuraikan jumlah untuk siswa kelas XII pada masing-masing Madrasah Aliyah di Kecamatan Dukuhseti dengan jumlah siswa yang menjadi populasi penelitian.

Tabel 3.1
Data Siswa Kelas XII MASE-Kecamatan Dukuhseti
Tahun 2016/2017

No	Nama Desa	Jumlah Siswa
1	MA Manahijul Huda Ngagel	82
2	MA Yataba Alasdowo	33
3	MAMadarijul Huda Kembang	110
	Jumlah	225

Sumber : Observasi di MA Se-Kecamatan Dukuhseti

b. Sampel

Mengingat terlalu besarnya populasi, penelitan ini akan menggunakan sampel. Sampel adalah “sebagian atau wakil populasi yang diteliti”⁷ Menurut Sugiyono, jumlah sampel yang diharapkan 100% mewakili populasi adalah sama dengan

⁶S. Margono, *Metodologi*, h. 118.

⁷Suharsimi Arikunto, *Prosedur*, h. 131.

jumlah anggota populasi itu sendiri. Makin besar jumlah sampel mendekati populasi, maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil.⁸

Pada prinsipnya semua siswa kelas XII MA Se-Kecamatan Dukuhseti Kabupaten Pati sebenarnya dapat dipilih sebagai sampel penelitian. Atas dasar kewenangan tersebut, peneliti berusaha merancang proses pemilihan sampel agar mendekati representatif. Dengan sampel yang representatif dan jumlah yang cukup besar diharapkan penyebab *sampling error* bisa dieliminir atau paling tidak diperkecil.

Dalam pengambilan sampel diupayakan dapat terwakilinya semua siswa kelas XII yang ada di MA Kecamatan Dukuhseti maka sampel dipilih dari semua siswa kelas XII yang belajar di MA Se Kecamatan Dukuhseti, sehingga semua siswa mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Stratified Sample*, Dimana pemilihan anggota populasi menggunakan metode *Stratified Sample*.⁹ *Stratified Sample* yaitu teknik sampling yang menentukan jumlah sampel dari populasi yang terbagi atas tingkatan-tingkatan atau strata. Untuk menghitung besarnya sampel dapat menggunakan rumus:

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian....*, h. 126.

⁹Noor, *Metodologi....*, h.155 .

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang digunakan.

N = Jumlah populasi.

d = Nilai presisi (sebesar 90% atau $\alpha = 0,1$).¹⁰

Dengan menggunakan rumus tersebut dapat diketahui berapa sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

$$n = \frac{225}{225(0,1^2) + 1}$$

$$n = \frac{225}{3,25}$$

$n=69,23$ dibulatkan menjadi untuk mempermudah peneliti dalam perhitungan.

Tabel 3.2

**Data Siswa Sampel Kelas XII MASE-Kecamatan
Dukuhseti Tahun 2016/2017**

No	Nama Desa	Jumlah Siswa	Jumlah Siswa Sampel
1	MA Manahijul Huda Ngagel	82	25
2	MA Yataba Alasdowo	33	10
3	MAMadarijul Huda Kembang	110	35
	Jumlah	225	69

Sumber : Observasi di MA Se-Kecamatan Dukuhseti

¹⁰Ibid.,h.130.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik atau metode pengumpulan data sangat penting dalam suatu penelitian untuk memperoleh data-data yang lengkap, benar dan dapat dipertanggung jawabkan. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian ini adalah angket.

Angket merupakan “teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.¹¹ Tujuan utama pembuatan angket adalah untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan data yang diinginkan. Oleh karena itu, pertanyaan-pertanyaan yang ada merupakan penjabaran dari data yang diinginkan (tujuan penelitian).

Angket yang peneliti gunakan adalah angket tertutup dengan dengan 4 (empat) pilihan jawaban (*option*) dengan menggunakan skala likert. Di mana setiap butir pertanyaan dibagi menjadi empat skala ukur, yaitu: SS (skor 4), S (skor 3), TS (skor 2) dan STS (skor 1).

Teknik angket ini peneliti berikan kepada guru untuk memperoleh data dari variabel bebas (X_1), yaitu persepsi biaya pendidikan, variabel bebas (X_2), yaitu *brand image* dan variabel terikat (Y), yaitu minat memilih kuliah di UIN Walisongo Semarang.

¹¹*Ibid.*, h. 199.

3.4 Definisi Konseptual dan Operasional

3.4.1 Definisi Konseptual

1. Persepsi Biaya Pendidikan (variabel X_1)

Abdul Rahman Shaleh mengemukakan bahwa persepsi adalah “kemampuan untuk membeda-bedakan, mengelompokkan, memfokuskan perhatian terhadap suatu objek rangsang”.¹² Adapun Menurut Harsono, biaya pendidikan adalah semua pengeluaran yang memiliki kaitan langsung dengan penyelenggaraan pendidikan.¹³ Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka persepsi biaya pendidikan menurut peneliti adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka terhadap keseluruhan pengorbanan finansial yang dikeluarkan baik oleh orang tua mahasiswa atau mahasiswa itu sendiri untuk keperluan selama menempuh pendidikan dari awal sampai berakhirnya pendidikan.

2. Citra Merek (*Brand Image*) (variabel X_2)

Citra (*image*) adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan dan produknya.¹⁴ Adapun menurut Rosalina, citra merek merupakan petunjuk yang akan digunakan oleh konsumen untuk mengevaluasi produk ketika konsumen

¹²Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Ciputat Perss, 2003, h. 17.

¹³Harsono, *Pengelolaan Pembiayaan Pendidikan*, Yogyakarta: Pustaka Book Publisher, 2007, h. 9.

¹⁴Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jakarta: Prehalindo, 2002, h. 338.

tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang suatu produk.¹⁵ Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka citra merek (*brand image*) menurut peneliti adalah persepsi konsumen untuk mengevaluasi suatu produk ketika konsumen tidak memiliki pengetahuan yang cukup baik tentang suatu produk yang akan dibeli. *Brand image* yang baik akan membuat konsumen dalam hal ini adalah calon mahasiswa tidak merasa ragu untuk menjatuhkan pilihan pada perguruan tinggi atau program studi tertentu.

3. Minat Siswa-siswi Madrasah Aliyah Se-Kecamatan Dukuhseti Pati di UIN Walisongo (variabel Y)

Menurut Hilgard dalam Slameto mengatakan bahwa, “Minat yaitu kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan.”¹⁶ Adapun Menurut Djaali, “Minat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang lebih menyukai suatu hal daripada hal lain, diwujudkan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas.”¹⁷ Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka Minat Siswa-siswi Madrasah Aliyah Se-Kecamatan Dukuhseti Pati di UIN Walisongo Semarang menurut peneliti adalah kecenderungan atau keinginan siswa untuk melanjutkan

¹⁵Rosalina, *Citra Merek: Dimensi, Proses Pengembangan serta Pengukurannya*. Jurnal. Jurnal Bisnis dan Manajemen Volume 6 No. 3 Tahun 2010, h. 334.

¹⁶Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010, h. 57.

¹⁷Djaali, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2012, h. 121.

studi ke UIN Walisongo Semarang yang disertai perasaan senang yaang menjadikan siswa cenderung berusaha semaksimal mungkin untuk dapat melanjutkan studi ke Perguruan Tinggi yang diinginkannya.

3.4.2 Definisi Operasional

1. Persepsi Biaya Pendidikan (variabel X_1)

Persepsi biaya pendidikan adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka terhadap keseluruhan pengorbanan finansial yang dikeluarkan baik oleh orang tua mahasiswa atau mahasiswa itu sendiri untuk keperluan selama menempuh pendidikan dari awal sampai berakhirnya pendidikan. Persepsi biaya pendidikan dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

- a. Biaya administrasi/ registrasi/ pendaftaran dalam bentuk pernyataan murah atau mahal.
- b. Biaya perkuliahan per semester dalam bentuk pernyataan murah atau mahal.
- c. Pengeluaran yang berkenaan pada saat menempuh perkuliahan dalam bentuk pernyataan murah atau mahal.

2. Citra Merek (*Brand Image*) (variabel X_2)

Citra merek (*brand image*) menurut penulis adalah persepsi konsumen untuk mengevaluasi suatu produk ketika konsumen tidak memiliki pengetahuan yang cukup baik tentang suatu produk yang akan dibeli. Citra merek (*brand image*) dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

- a. Reputasi UIN Walisongoditingkat Nasional
 - b. Prestasi UIN Walisongo ditingkat Nasional
3. Minat Siswa-siswi Madrasah Aliyah Se-Kecamatan Dukuhseti Pati di UIN Walisongo (variabel Y)

Minat Siswa-siswi Madrasah Aliyah Se-Kecamatan Dukuhseti Pati di UIN Walisongo Semarang adalah kecenderungan atau keinginan siswa untuk melanjutkan studi ke UIN Walisongo Semarang yang disertai perasaan senang yang menjadikan siswa cenderung berusaha semaksimal mungkin untuk dapat melanjutkan studi ke Perguruan Tinggi yang diinginkannya. Minat dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

- a. Adanya perasaan senang
- b. Adanya ketertarikan
- c. Adanya kemauan

3.5 Uji Statistik Data Penelitian

Setelah Instrumen terisi langkah berikutnya adalah menguji tingkat kehandalan instrumen dan data dengan uji validitas dan reabilitas data.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuesioner. Validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.¹⁸

¹⁸Danang Sunyoto, *Teori Kuesioner dan Analisis Data*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013, h.122

Untuk menghitung validitas instrumen digunakan Teknik Analisis Korelasional *Product Moment* dari Karl Pearson sebagai berikut :

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

Keterangan :

r_{xy} : koefisiensi korelasi

N : jumlah subyek (responden)

$\sum X$: jumlah variabel x

$\sum X^2$: jumlah penambahan masing-masing x yang dikuadratkan

$(\sum X)^2$: jumlah variabel x dikuadratkan

$\sum Y$: jumlah variabel y

$\sum Y^2$: jumlah masing-masing variabel y yang dikuadratkan

$(\sum Y)^2$: jumlah variabel y dikuadratkan

XY : jumlah dari variabel x dikalikan variabel y.¹⁹

Proses uji validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Sosial Science*) for windows versi 15,0.

¹⁹Sugiyono, *Metode*, h. 255.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik.²⁰

Pengujian reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{N}{N-1} \right] \left[1 - \frac{\sum ab^2}{at^2} \right]$$

Keterangan :

r : koefisien reliabilitas instrumen (*Cronbach's Alpha*)

N : banyaknya pertanyaan

$\sum ab^2$: total varians pertanyaan

t : total varians

Jika koefisien reliabilitas hasil perhitungan menunjukkan angka $\geq 0,6$, maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang bersangkutan dinyatakan reliable. ²¹Proses uji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Sosial Science*) for windows versi 15,0.

²⁰Danang Sunyoto, *Teori Kuesioner dan Analisis Data*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013, h.123

²¹Zainal Mustafa, *Mengurai Variabel hingga Instrumentasi* , Yogyakarta : Graha Ilmu , 2013, h.226.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji prasyarat yang dilakukan sebelum pengujian hipotesis. Uji asumsi klasik ini dilakukan setelah melakukan tahap-tahap pengumpulan data sebagaimana di atas, data yang harus dikumpulkan harus diuji terlebih dahulu untuk dapat dianalisis. Pengujian ini dilakukan untuk melihat model kemungkinan adanya gejala Multikolinearitas dan Heteroskedastisitas.

a) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.²² Untuk uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*.

Nilai *Tolerance* itu sendiri merupakan besarnya tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistik, sedangkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) adalah faktor inflasi penyimpangan baku kuadrat. Ketentuan pedoman penilaian nilai VIF dan *Tolerance* yaitu apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

²²Husein Umar, *Metode Penelitian*, h. 82.

b) Uji Heteroskedastisitas.

Menurut Hasan heteroskedastisitas berarti variasi (varian) variabel sama untuk semua pengamatan. Pada heteroskedastisitas, kesalahan yang terjadi random (acak) tetapi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan atau penyimpangan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas, sementara itu untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser*. Uji *glejser* menyatakan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Pedoman untuk mengetahui terjadinya heteroskedastisitas atau tidak yaitu jika signifikansi $< 5\%$ (0,05) maka terdapat heteroskedastisitas, sebaliknya jika signifikansi $> 5\%$ (0,05) maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan penelitian ini dapat dilanjutkan.

3.5.4 Uji Hipotesis

Analisis uji hipotesis dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Secara rinci dapat dijelaskan pada uraian berikut:

1) Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis Regresi Linier Sederhana digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (Persepsi biaya pendidikan dan citra merek) terhadap variabel terikat (minat) dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Nilai Variabel Terikat yang diramalkan

b_0 = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Persepsi Biaya Pendidikan

X_2 = Citra Merek (Brand Image)

e = error

2) Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah besarnya pengaruh bersama variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$(R)^2 = (r)^2 \times 100\%^{23}$$

²³*Ibid.*, h. 216.

3) Uji F

Setelah diperoleh persamaan regresi antara variabel X dan variabel Y, maka langkah selanjutnya adalah mencari harga F dengan skor deviasi dengan rumus:

$$F_{reg} = \frac{RK_{reg}}{RK_{res}}$$

Keterangan:

F_{reg} = harga bilangan F untuk garis regresi

RK_{reg} = Rerata Kuadrat garis regresi

RK_{res} = Rerata Kuadrat Residu.²⁴

Analisis ini, membandingkan besarnya F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan taraf signifikan 1% dan 5% jika F_{hitung} sama dengan atau lebih besar dari F_{tabel} , maka hasilnya signifikan, yakni hipotesisnya dapat diterima kebenarannya. Dan apabila F_{hitung} hasilnya lebih kecil dari F_{tabel} , maka hipotesis yang diajukan ditolak.

4) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi kostantan dari setiap variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat. Uji t dihitung dengan menggunakan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

²⁴*Ibid.*, h,13.

Kriteria pengujiannya adalah: terima hipotesis alternatif jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis alternatif ditolak.²⁵

²⁵Ibid, h.221