

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN LOKASI PENDIDIKAN TERHADAP
MINAT MEMILIH PRODI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM DI
PASCASARJANA
UIN WALISONGO SEMARANG**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
Ilmu Manajemen Pendidikan Islam



Disusun Oleh:

Muhammad Aziz Khuluqi

123311030

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2018

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Aziz Khuluqi
NIM : 123311030
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Program Studi : S.1

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN LOKASI PENDIDIKAN TERHADAP MINAT MEMILIH PRODI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM DI PASCASARJANA UIN WALISONGO SEMARANG

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 5 Februari 2018
Pembuat Pernyataan,



Muhammad Aziz Khuluqi
NIM: 123311030



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBİYAH DAN KEGURUAN

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus II) Ngaliyan Telp 024-7601295 Fax. 7615387

PENGESAHAN

Naskah Skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Persepsi Harga Dan Lokasi Pendidikan Terhadap Minat Memilih Prodi Manajemen Pendidikan Islam Di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang

Nama : Muhammad Aziz Khuluqi
NIM : 123311030
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Program Studi : S.1

Telah diujikan dalam sidang munaqosyah oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam

Semarang, 5 Februari 2018

DEWAN PENGUJI
Ketua,

Dr. Fahrurrozi, M. Ag.
NIP.19770816 200501 1 003

Penguji I,

Dr. Mustaqim, M. Pd.
NIP.19590424 198303 1 005

Pembimbing I,

Dr. Fatmuroji, M. Pd.
NIP. 19770415 200701 1 032

Sekretaris,

Dr. Fatmuroji, M. Pd.
NIP.19770415 200701 1 003

Penguji II,

Prof. Dr. Nur Uhbiyati, M. Pd.
NIP. 19520208 197612 2 001

Pembimbing II,

Drs. H. Daryusiri, M. Ag.
NIP. 19561129 198703 1 001



NOTA DINAS

Semarang, 5 Februari 2018

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamu'alaikum wr.wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **Pengaruh Persepsi Harga Dan Lokasi Pendidikan Terhadap Minat Memilih Prodi Manajemen Pendidikan Islam Di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang**
Nama : Muhammad Aziz Khuluqi
NIM : 123311030
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Program : S.1
studi

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diujikan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk diujikan dalam sidang Munaqasyah.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Pembimbing I


Dr. Fatmuroji, M. Pd.

NIP. 19770415 200701 1 032

NOTA DINAS

Semarang, 5 Februari 2018

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **Pengaruh Harga dan Lokasi Pendidikan Terhadap Pemilihan Prodi Manajemen Pendidikan Islam di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang**
Nama : Muhammad Aziz Khuluqi
NIM : 123311030
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Program studi : S.1

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diujikan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk diujikan dalam sidang Munaqasyah.

Wassalamu 'alaikum wr.wb

Pembimbing II



Drs. H. Danusiri, M.Ag.
NIP. 19561129 198703 1 001

ABSTRAK

Muhammad Aziz Khuluqi, 2018, “Pengaruh Persepsi Implementasi Harga Dan Lokasi Pendidikan Terhadap Minat Memilih Prodi Manajemen Pendidikan Islam Di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang”. Skripsi Program Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Negri Walisongo Semarang, Pembimbing I Dr. Fatkuroji, M. Pd., Pembimbing II Drs. H. Danusiri, M.Ag.

kata kunci : Harga, Lokasi Pendidikan, Manajemen Pendidikan Islam

Di era modern ini persaingan antar perguruan tinggi sangatlah ketat untuk menarik minat para calon mahasiswa agar memilih perguruan tinggi dan prodi yang sesuai, setiap perguruan tinggi memiliki strategi pemasaran yang beragam dengan menawarkan harga pendidikan yang terjangkau dan pemilihan lokasi yang strategis khususnya di Prodi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana UIN Walisongo Semarang. Adapun rumusan masalah penelitian ini 1) Seberapa besar Pengaruh Persepsi Harga Dan Lokasi Pendidikan Terhadap Minat Memilih Prodi Manajemen Pendidikan Islam Di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang? 2) Seberapa besar Pengaruh Persepsi Harga Dan Lokasi Pendidikan Terhadap Minat Memilih Prodi Manajemen Pendidikan Islam Di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang? 3) Seberapa besar Pengaruh Persepsi Harga Dan Lokasi Pendidikan Terhadap Minat Memilih Prodi Manajemen Pendidikan Islam Di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang?.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Responden penelitian berjumlah 32 mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan dianalisis menggunakan tehnik analisis regresi sederhana, dan analisis regresi ganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh yang signifikan antara harga pendidikan terhadap minat mahasiswa yaitu 39,73. 2) Terdapat pengaruh signifikan antara lokasi pendidikan terhadap minat mahasiswa yaitu 30,7. 3) Terdapat pengaruh signifikan antara harga dan lokasi pendidikan terhadap minat mahasiswayaitu 28,266 .

Berdasarkan hasil perhitungan *R square* Dapat disimpulkan 1) harga pendidikan terhadap minat mahasiswa memberikan kontribusi sebesar 57%. 2) lokasi pendidikan terhadap minat mahasiswa memberikan kontribusi sebesar 50,6%. 3) harga dan lokasi pendidikan secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa memberikan kontribusi sebesar 63,8%.

Dari hasil penelitian ini disarankan pihak kampus Pascasarjana UIN Walisongo Semarang khususnya Prodi MPI 1) lebih memperbaiki layanan registrasi bagi mahasiswa 2) lokasi gedung yang berpindah-pindah dapat ditetapkan disatu lokasi 3) lebih meningkatkan promosi dengan memanfaatkan harga pendidikan yang terjangkau dan lokasi kampus yang strategis.

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

ا	A	ط	T
ب	B	ظ	Z
ت	T	ع	‘
ث	S	غ	G
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Ẓ	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	’
ص	S	ي	Y
ض	D		

Bacaan madd:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

Bacaan diftong:

au = أو

ai = أي

iy = إي

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur *Alhamdulillah* selalu senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat iman maupun nikmat islam kepada hamba-Nya. Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa risalah untuk membimbing manusia dari kebodohan menuju jalan yang diridhai oleh Allah SWT. Semoga kita semua termasuk umat yang senantiasa mendapatkan syafa'at dari beliau di dunia dan di akhirat. *Amin*.

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga Dan Lokasi Pendidikan Terhadap Minat Memilih Prodi Manajemen Pendidikan Islam Di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang” merupakan sebuah hasil karya ilmiah yang menjadi syarat untuk mencapai gelar sarjana (S.1) dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam di Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang. Adapun dalam menyelesaikan buah karya ini, penulis mengalami beberapa kendala dan hambatan yang pada akhirnya semuanya mampu penulis hadapi dengan bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak yang membantu dalam penyelesaiannya sampai akhir.

Dalam hal ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, pengarahan serta bimbingan baik secara moril maupun materil. Maka dalam kesempatan ini dengan segala hormat penulis mengucapkan banyak terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Prof. DR. H. Muhibbin, M.Ag, selaku rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang, Dr. H. Raharjo, M.Ed.St. yang telah memberikan izin penelitian dalam rangka penyusunan skripsi ini.
3. Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Dr. Fahrurrozi, M.Ag., dan Sekretaris Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Dr. Fatkhuroj
4. Kepada kedua orang tua yang selalu mendoakan dan memberi support karena tanpa doa dan support dari orang tua penulis tidak akan bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada seluruh rekan seperjuangan MPI angkatan 2012 yang selalu memberi semangat.

6. Kepada seluruh teman khususnya Giyanti, Eka Yuli, vika, Muqtaf, Arif Ulinnuha, Heni, Syafa'Ati, Imam Muzaki, Adkha, Nawwaf, Soffa, Arif. N, dan Luqman sekeluarga yang telah membantu, memberi semangat, dan memberi tempat yang nyaman agar terselesaikannya skripsi ini.
7. Kepada seluruh teman komunitas parkour Semarang dan teman klub futsal Puma yang telah memberi pengalaman dan memberi semangat kepada penulis.
8. Kepada seluruh adik saya Muhammad Irsyadul Mustaqim, Nur Ushmi Ustiyawati, Muhammad Edli Al-hikami, Muhammad Odi Fitriani Khotim semoga kalian bisa menjadi adik-adik yang bisa membahagiakan kedua orangtua dan membanggakan nama keluarga.

Penulis tidak dapat memberikan sesuatu apapun selain ucapan terimakasih dan do'a yang dapat penulis panjatkan semoga Allah SWT menerima amal baik mereka, serta membalasnya dengan sebaik-baik balasan. *Amiin.*

Tiada yang sempurna di dunia ini, begitu halnya dengan skripsi yang penulis susun. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan, baik dalam sistematika penulisan, pemilihan diksi, referensi, dan beberapa aspek inti didalamnya. Kendati demikian penulis telah berusaha semampu penulis demi tersusunnya skripsi dengan judul Pengaruh Harga Dan Lokasi Pendidikan Terhadap Pemilihan Prodi Manajemen Pendidikan Islam di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang ini. Oleh karena itu, penulis selalu membuka kritik dan saran yang membangun demi kebaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis secara khusus dan umumnya bagi para pembaca semuanya. *Amiin.*

Semarang, 5 Februari 2018

Penulis

Muhammad Aziz Khuluqi

NIM: 123311030

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS	iv
ABSTRAK.....	vi
TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II: LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	5
1. Harga	5
2. Lokasi	10
3. Minat.....	11
B. Kajian Pustaka	13
C. Kerangka berfikir.....	14
D. Rumusan Hipotesis	17
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	18
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	18
C. Populasi.....	19
D. Sampel.....	19
E. Variabel dan indikator Penelitian	20

F. Teknik Pengumpulan Data.....	22
G. Teknik Analisis Data	22

BAB IV: DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data.....	29
1. Deskripsi Pengaruh Harga Terhadap Minat pemilihan prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang	29
2. Deskripsi Data Lokasi Terhadap Minat Memilih prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang	34
3. Deskripsi Data Minat Mahasiswa Memilih Prodi MPI Di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang	39
B. Analisis Data.....	44
1. Analisa Pendahuluan.....	44
2. Uji Hipotesis	45
a. Pengaruh Harga Pendidikan Terhadap Minat Memilih Prodi MPI Di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang	45
b. Pengaruh Lokasi Pendidikan Terhadap Minat Memilih Prodi MPI Di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang.....	46
c. Pengaruh Antara Harga Dan Lokasi Pendidikan Secara Bersama-sama Terhadap Minat Memilih Prodi MPI Di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang	57
C. Pembahasan Hasil Penelitian	78
D. Keterbatasan Penelitian.....	80

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	83
B. Saran	84
C. Penutup	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Mahasiswa MPI Pascasarjana.....	2
Tabel 3.1	Jumlah Mahasiswa MPI Pascasarjana.....	19
Tabel 3.2	Kisi-kisi Angket Penelitian	20
Tabel 3.3	Alternatif dan Skor Jawaban	22
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Variabel X1	24
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas X2	24
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Y	25
Tabel 4.1	Skor nilai kuesioner harga.....	30
Tabel 4.2	Distribusi skor mean harga.....	32
Tabel 4.3	Kualitas variabel harga.....	33
Tabel 4.4	Distribusi frekuensi bentuk persen variabel Harga	34
Tabel 4.5	Skor nilai kuesioner lokasi	35
Tabel 4.6	Distribusi skor mean lokasi	38
Tabel 4.7	Kualitas variabel lokasi	39
Tabel 4.8	Distribusi frekuensi bentuk persen variabel lokasi	39
Tabel 4.9	Skor nilai kuesioner Minat	42
Tabel 4.10	Distribusi skor mean Minat	43
Tabel 4.11	Kualitas variabel minat.....	44
Tabel 4.12	Distribusi frekuensi bentuk persen variabel Minat	44
Tabel 4.13	Tabel penolong regresi	44
Tabel 4.14	Tabel koefisien korelasi X_1Y	48
Tabel 4.15	Tingkat koefisien korelasi X_1Y	48
Tabel 4.16	Tabel koefisien korelasi X_2Y	59
Tabel 4.17	Tingkat koefisien korelasi X_2Y	60
Tabel 4.18	Tabel koefisien korelasi $X_1, X_2 Y$	75
Tabel 4.19	Tingkat koefisien korelasi X_1, X_2Y	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 :Kerangka Berfikir	16
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Tabel distribusi r	106
Lampiran 2 : Tabel distribusu F tabel.....	107
Lampiran 3 : Tabel t tabel.....	111
Lampiran 4 : Uji validitas harga X1	113
Lampiran 5 : Uji validitas lokasi X2.....	115
Lampiran 6 : Uji validitas minat Y	117
Lampiran 7 : Uji Reliabilitas X1, X2, Y.....	119
Lampiran 8 : Angket penelitian	120
Lampiran 9 : Surat izin penelitian.....	123
Lampiran 10: Surat bukti telah melakukan penelitian	124
Lampiran 11 : Surat keterangan bebas kuliah.....	125
Lampiran 12: Hasil uji hipotesis.....	126
Lampiran 13 : Daftara riwayat hidup.....	132

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo merupakan salah satu pendidikan tinggi yang ada di kota Semarang, berada di bawah naungan Kementrian Pendidikan dan Budaya dan Kementrian Agama, mempunyai delapan program studi diantaranya S.2 Ilmu Agama Islam, S.2 Ekonomi Syariah, S.2 Ilmu Falak, S.2 Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, S.2 Pendidikan Agama Islam, S.2 Manajemen Pendidikan Islam, S.2 Komunikasi Penyiaran Islam, dan S.3 Studi Islam.¹

Manajemen Pendidikan Islam merupakan salah satu program studi di pascasarjana yang berada di Universitas Islam Negeri Walisongo, untuk menentukan pilihan yang tepat maka banyak faktor yang dipertimbangkan antara jurusan Manajemen Pendidikan Islam mana yang layak dipilih dan juga mengetahui keunggulan apa saja yang perguruan tinggi unggulkan, dari banyaknya Universitas yang memiliki jurusan Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana seperti Universitas Islam Nahdhotul Ulama Jepara dan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Maka calon mahasiswa bisa lebih bijak lagi dalam memilih pada apa yang setiap perguruan tinggi tersebut tawarkan.

Menurut Philip Kotler *“marketing is asocial and managerial process by which individuals and groupobtain what they need and what through creating, offering, and exchanging products of value with other”*. Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Konsep pemasaran adalah dasar pemikiran bagaimana caranya aktivitas pemasaran dapat dilaksanakan berdasarkan suatu filsafat yang mantap, yang mengungkap pemasaran yang tanggap dan nertanggung jawab. Bauran pemasaran adalah kombinasi dari empat elemen pokok yang terdapat dalam program pemasaran perusahaan meliputi *product, price, place, promotion*.²

Saat ini persaingan antar perguruan tinggi sangatlah ketat, untuk menarik minat para calon mahasiswa agar memilih perguruan tinggi yang didambakan maka setiap

¹Brosur pendaftaran pascasarjana Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang .

²Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), hlm. 18.

perguruan tinggi memiliki strategi pemasaran yang tepat agar menarik minat para calon mahasiswa tersebut, pada umumnya mahasiswa akan tertarik pada perguruan tinggi yang mempunyai beberapa faktor pemasaran yang diunggulkan seperti keterjangkauan harga atau lokasi yang strategis dan dekat dari segala kebutuhan perkuliahan. Setiap perguruan tinggi lebih memperhatikan segala sesuatunya agar sisi pandang para calon konsumen tertuju pada perguruan tinggi yang dipasarkan.

Prodi Manajemen Pendidikan Islam pascasarjana UIN Walisongo Semarang sebagai program jurusan yang masih baru memiliki strategi yang cukup berani dalam menerapkan harga pendidikan untuk standar S2. Harga yang ditawarkan tergolong murah dengan harga SPP Rp 3.500.000,- persemester.³ Akan tetapi ada beberapa permasalahan yang dirasakan oleh mahasiswa pascasarjana di antaranya, Manajemen Pendidikan Islam pascasarjana belum mempunyai gedung jurusan sendiri, koleksi buku perpustakaan pascasarjana belum lengkap, belum terakreditasinya prodi Manajemen Pendidikan Islam juga berpengaruh terhadap minat calon mahasiswa.⁴

Lokasi Pascasarjana UIN Walisongo berada tepat di persimpangan lampu merah sehingga berpotensi terjadi kemacetan lalu lintas dan kebisingan, gedung yang digunakan untuk ruangan pembelajaran di pascasarjana terpisah dan mengakibatkan kurang efektif dalam pembelajaran sehingga mempengaruhi minat para calon mahasiswa terhadap pascasarjana UIN Walisongo khususnya prodi manajemen pendidikan Islam.⁵

Selama dua tahun berdiri jumlah mahasiswa prodi manajemen pendidikan Islam Pascasarjana UIN Walisongo Semarang mengalami peningkatan dengan jumlah mahasiswa yang mendaftar :

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa MPI Pascasarjana

NO	Tahun Masuk	Semester	Jumlah
1	2015 – 2016	Semester 4 (genap)	11
		Semester 3	4

³ Brosur pendaftaran pascasarjana Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang .

⁴ Hasil wawancara dengan mahasiswa pascasarjana prodi Manajemen Pendidikan Islam UIN Walisongo Semarang.

⁵ Hasil wawancara dengan mahasiswa pascasarjana prodi Manajemen Pendidikan Islam UIN Walisongo Semarang.

		(ganjil)	
2	2016 – 2017	Semester 2 (genap)	7
		Semester 1 (ganjil)	10
JUMLA H	32 MAHASISIWA		

Meski ada banyak faktor yang mempengaruhi pemasaran pendidikan, di antaranya produk dalam wujudnya program studi, promosi, strategi SDM, sarana fisik, proses pendidikan, harga dan lokasi. Dari pembahasan di atas ada dugaan bahwa pemilihan perguruan tinggi yang akan dijadikan referensi pilihan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi yang diinginkan dipengaruhi oleh harga yang kompetitif dan lokasi yang strategis, jadi dari latar belakang tersebut maka peneliti tertarik meneliti dengan judul Pengaruh Persepsi Harga dan Lokasi Pendidikan terhadap Minat Memilih Program Manajemen Pendidikan Islam di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang.

B. Rumusan Masalah

Berpijak dari latar belakang di atas, maka ada beberapa permasalahan yang akan dikaji pada penelitian ini. Permasalahn-permasalahan tersebut adalah:

1. Seberapa besar pengaruh persepsi harga pendidikan terhadap minat memilih prodi manajemen pendidikan islam di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang?
2. Seberapa besar pengaruh persepsi lokasi pendidikan terhadap minat memilih prodi manajemen pendidikan islam di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang?
3. Seberapa besar pengaruh persepsi harga dan lokasi pendidikan terhadap minat memilih prodi manajemen pendidikan islam di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini:

1. untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi harga pendidikan terhadap minat memilih prodi manajemen pendidikan islam di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang.

2. untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi lokasi pendidikan terhadap minat memilih prodi manajemen pendidikan islam di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang.
3. untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi harga dan lokasi pendidikan terhadap minat memilih prodi manajemen pendidikan islam di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang mendalam dan komprehensif terhadap peneliti khususnya dan instansi atau lembaga terkait. Secara ideal penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dari beberapa aspek, di antaranya:

1. Secara Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran ilmu manajemen pemasaran pendidikan di institusi atau lembaga pendidikan, khususnya dalam bidang pemasaran dan minat mahasiswa dalam memilih lembaga pendidikan.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi untuk peneliti-peneliti lain yang akan mengadakan penelitian serupa di masa yang akan datang.
2. Secara Praktis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan sekaligus referensi bagi lembaga pendidikan terkait dalam hal ini adalah Pascasarjana UIN Walisongo Semarang.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan rujukan dan pertimbangan mengenai pendidikan dan minat mahasiswa dalam memilih lembaga pendidikan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Harga

a. Pengertian Harga

Philip Kotler berpendapat bahwa, harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran paling fleksibel, harga mudah diubah dengan cepat, tidak seperti tampilan produk dan perjanjian distribusi.¹

Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong berpendapat bahwa: “*Price is the amount of money charged for a product or service, or the sum of the values that customers exchange for the benefits of having or using the product or services.*”²

Di dalam ekonomi teori, pengertian harga, nilai (*value*), dan *utility* merupakan konsep yang saling berhubungan. Yang dimaksud dengan *utility* ialah atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wonts*), dan memuaskan konsumen (*satisfaction*). Value adalah nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai dapat dilihat dalam situasi barter, akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga. Jadi harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.³

b. Pengertian Harga Pendidikan

Harga pendidikan dalam arti luas adalah seluruh harga yang dikeluarkan oleh siswa untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan oleh sekolah.⁴ Jadi harga pendidikan merupakan nilai tukar yang dibayarkan untuk mendapatkan jasa atau layanan pendidikan.

¹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 634.

²Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Principles of Marketing*, (Pearson Educated Limited, England, 2016) hlm. 324.

³Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 236.

⁴Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*,... hlm. 306.

Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan maupun lembaga pendidikan. Sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, tempat, promosi) menyebabkan timbulnya harga. Berbeda halnya dengan karakteristik produk terhadap saluran distribusi, kedua hal itu tidak dapat diubah atau disesuaikan dengan mudah dan cepat, karena biasanya menyangkut keputusan jangka panjang.⁵

Kegiatan penentuan harga memainkan peranan penting dalam proses bauran pemasaran karena penentuan harga terkait langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Keputusan penentuan harga juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh sebuah layanan jasa dinilai oleh konsumen dan juga dalam proses membangun citra. Penentuan harga juga memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas.⁶

Secara umum, penentuan harga biasanya dilakukan dengan menambah persentase di atas nilai atau besarnya harga produksi. Pendekatan ini bagaimanapun juga dapat mengakibatkan kehilangan manfaat dalam strategi pemasaran. Perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa perlu menggunakan strategi penentuan harga agar mampu bersaing dalam pasar yang kompetitif.⁷

Singkat kata, berbagai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa dibandingkan dengan berbagai harga (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengkonsumsi layanan jasa tersebut. Dalam berbagai situasi, konsumen dihadapkan pada berbagai pertimbangan mengenai apa yang akan mereka dapatkan dengan harga sekian bila mengonsumsi layanan jasa tersebut. Harga-harga tersebut dapat berupa waktu yang dikorbankan untuk mendapatkan jasa, upaya fisik (energi yang dikeluarkan untuk mendapatkan jasa), beban mental (stres), dan pengorbanan yang terkait dengan panca indra (suara bising, panas, dan lain-lain).⁸

Keputusan dalam penentuan harga juga memiliki dampak terhadap pasokan atau saluran distribusi. Penyalur, tenaga penjualan, distributor, pesaing, dan pelanggan, semuanya dipengaruhi oleh sistem penentuan harga. Penentuan

⁵Swastha Basu, *Pengantar Bisnis Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004) hlm. 124.

⁶Rambat Lupiyoadi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009) hlm. 98.

⁷Rambat Lupiyoadi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, ... hlm. 98.

⁸Rambat Lupiyoadi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, ... hlm. 98.

harga dalam pemasaran jasa sangat penting mengingat produk yang ditawarkan oleh jasa layanan tersebut bersifat tidak berwujud. Harga yang dibebankan terhadap jasa yang ditawarkan menjadi indikasi kualitas jasa macam apa yang akan konsumen terima.

Keputusan dalam penentuan harga terhadap jenis jasa yang baru mempertimbangkan berbagai aspek yang berkaitan. Hal terpenting adalah berbagai keputusan penentuan harga tersebut konsisten dengan keseluruhan strategi pemasaran. Memberikan harga yang berbeda dalam pasar yang berbeda juga perlu dipertimbangkan. Juga, harga tentu yang dibebankan tergantung kepada siapa jasa tersebut dijual. Nilai suatu jasa tidak ditentukan oleh harga, melainkan oleh manfaat yang pembeli dapatkan ketika mengonsumsi jasa tersebut dari jasa yang bersifat alternatif yang dimiliki kompetitor.⁹

Jasa memiliki nilai intrinsik bagi pelanggan dan hal ini adalah lebih baik dari sekedar mempertimbangkan harga dalam meluncurkan produk jasa tersebut, di mana hal tersebut harus dipertimbangkan dengan lebih matang dalam kebijakan penentuan harga. Penentuan harga harus dipandang dari perspektif yang berorientasi ke pasar.¹⁰ Serta perlu memperhatikan kepada siapa harga tersebut dibebankan.

c. Tujuan Penetapan Harga

Penetapan harga harus dimulai dengan pertimbangan atas tujuan penentuan harga itu sendiri. Adapun tujuan-tujuan tersebut menurut Adrian Payne yang ditulis dalam buku Rambat Lupiyoadi dan Hamdani antara lain:

- 1) Bertahan, bertahan merupakan usaha untuk tidak melakukan tindakan yang meningkatkan laba ketika perusahaan sedang mengalami kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha ini demi kelangsungan perusahaan.
- 2) Memaksimalkan laba, penentuan harga bertujuan untuk memaksimalkan laba dalam periode tertentu.
- 3) Memaksimalkan penjualan, penentuan harga bertujuan untuk membangun pangsa pasar dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.
- 4) Gengsi/prestisi, tujuan penentuan harga di sini adalah untuk memposisikan jasa tersebut sebagai jasa yang eksklusif.

⁹Rambat Lupiyoadi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, ...hlm. 98.

¹⁰Rambat Lupiyoadi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, ...hlm. 98.

- 5) Pengembalian atas eksklusif, tujuan penentuan harga didasarkan atas pencapaian pengembalian atas investasi yang diinginkan.¹¹

Zeithml dan Bitnerv dalam buku Buchari Alma menjelaskan tiga dasar penetapan harga yang biasanya digunakan dalam menentukan harga, yaitu

- 1) Penetapan harga berdasarkan biaya (*cost-based pricing*) artinya seluruh biaya yang dikeluarkan oleh mahasiswa untuk mendapatkan jasa pendidikan.
- 2) Penetapan harga berdasarkan persaingan (*competition based pricing*) artinya, harga-harga para pesaing akan mempengaruhi tingkat permintaan jasa, sehingga harga pesaing perlu dipertimbangkan dalam proses penentuan harga.
- 3) Penetapan harga berdasarkan permintaan (*demand based*) artinya, semakin tinggi mutu suatu produk atau jasa, biasanya harga jasa pendidikan yang ditawarkan akan semakin tinggi.¹²

Harga yang adil dalam Islam adalah seimbang sama ukurannya dan harus berdasarkan konsep suka sama suka atau kerelaan. Sebagaimana dalil Al-Qur'an dalam surat An-Nisa' ayat 29:

Allah berfirman:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu” (An-Nisa : 29).¹³

Menurut dalil di atas maka penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi minat produk serta keputusan konsumen untuk membeli.

¹¹Rambat Lupiyoadi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009) hlm. 100.

¹²Buchari Almadan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*,...hlm. 158.

¹³Departemen Agama RI, Al - Qur'an dan Terjemahan, Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsir AlQur'an (Bandung: CV Haekal Media Centre, 2007), hlm. 107.

d. Pengaruh Harga Jasa Perguruan Tinggi

Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Pengertian harga menurut Saladin-Oesman sebagai berikut, harga merupakan kekuatan nilai tukar barang dan jasa yang dapat meningkatkan volume penjualan dan keuntungan perusahaan. Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Harga juga dapat dikatakan sebagai penentu nilai suatu produk di benak konsumen.¹⁴

Lebih lanjut dikatakan oleh Kotler tentang harga, bahwa harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Elemen-elemen lainnya menimbulkan harga. Harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel. Harga dapat diubah dengan cepat, tidak seperti ciri khas (*feature*) produk dan perjanjian distributor.¹⁵

Berdasarkan kedua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga merupakan sejumlah uang alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa yang harus diberikan konsumen kepada produsen. Di antara elemen bauran pemasaran lainnya, harga merupakan satu-satunya elemen yang dapat menghasilkan pendapatan. Sementara elemen lainnya menghasilkan harga.¹⁶

Harga dalam konteks jasa pendidikan merupakan seluruh harga yang dikeluarkan oleh mahasiswa untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan oleh suatu perguruan tinggi. Dalam elemen harga perguruan tinggi dipertimbangkan mengenai penetapan harga (seperti SPP, harga pembangunan dan harga laboratorium), pemberian beasiswa, prosedur pembayaran, dan syarat cicilan. Penentuan harga yang baik akan mempengaruhi preferensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya.

Harga akan sejalan dengan mutu dari produk atau jasa perguruan tinggi yang ditawarkan. Semakin tinggi mutu dari suatu produk/ atau jasa perguruan tinggi, biasanya harga jasa pendidikan yang ditawarkan pun akan semakin tinggi. Misalnya perguruan tinggi yang memiliki kualitas internasional

¹⁴Buchari Almadan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*,...hlm. 306.

¹⁵Buchari Almadan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*,...hlm. 306.

¹⁶Buchari Almadan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*,...hlm. 306.

(memenuhi standar mutu internasional) biasanya akan menetapkan harga di atas rata-rata, namun mahasiswa akan tetap bersedia membayar selama berada dalam batas keterjangkauan mereka untuk mendapatkan pendidikan bermutu tinggi tersebut.¹⁷ Dari penjelasan di atas harga yang dikeluarkan akan dianggap berbanding rata dengan produk jika produk tersebut berkualitas baik.

2. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Konsep lokasi dimana bauran pemasaran barang merupakan gabungan antara tempat, saluran distribusi dan persediaan. Lokasi juga terkait dengan keputusan perusahaan atau lembaga mengenai di mana operasi dan sifat lokasi akan ditempatkan.¹⁸ *Kotler and Armstrong*, defined place or distribution as a set of interdependent organizations involved in the process of making a product available for use or consumption by consumers.¹⁹ Terdapat tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi yaitu sebagai berikut:

- 1) Pelanggan mendatangi perusahaan, bila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat yang dekat dengan pelanggan sehingga mudah dijangkau.
- 2) Pemberi jasa mendatangi pelanggan, dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
- 3) Pemberi jasa dan pelanggan tidak bertemu secara langsung, berarti *service provider* dan pelanggan berinteraksi melalui sarana tertentu, seperti telepon, komputer, dan surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi kedua belah pihak dan terlaksana.²⁰

Lokasi dalam konsep pemasaran jasa pendidikan adalah tempat yang digunakan dalam perencanaan dan pelaksanaan program jasa pendidikan yang akan dirasakan oleh siswa.²¹

¹⁷Buchari Almadan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*,... hlm. 306.

¹⁸Ririn Tri Ratnasari, *Manajemen Pemasaran Jasa*,... hlm. 40.

¹⁹Youcev Souar, *The Impact of Marketing Mix Elements on Customer Loyalty For an Alegrian Telecommunication Company*, Expert Journal of Marketing, (Vol. 3, Issue 1, 2016) hlm. 2.

²⁰Ririn Tri Ratnasari, *Manajemen Pemasaran Jasa*,... hlm. 40.

²¹Eddy soeryanto soegoto, *Membangun Sinegritas Kinerja Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta*, (Yogyakarta: Gava Media, 2008) hlm. 73.

Dari pendapat di atas, lokasi pendidikan dapat diartikan sebagai penyampaian suatu lembaga pendidikan yang digunakan dalam proses pembelajaran dan dapat dilihat dari tempat suatu lembaga pendidikan itu sendiri. Penentuan lokasi juga penting, lembaga pendidikan menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen jasa pendidikan.

b. Faktor-faktor Penentuan Lokasi Pendidikan

Beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam penentuan lokasi jasa di antaranya adalah:

- 1) Akses, yaitu lokasi harus mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- 2) Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- 3) Lalu lintas (*traffic*), ada dua hal yang perlu dipertimbangkan yaitu banyaknya orang yang berlalu lalang dapat memberikan peluang besar terjadinya *impulse buying* dan kepadatan dan kemacetan lalu lintas dapat pula menjadi hambatan.
- 4) Tempat parkir luas dan aman.
- 5) Ekspansi, tersedianya tempat yang cukup untuk perluasan usaha di kemudian hari.
- 6) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
- 7) Persaingan, yaitu lokasi pesaing.
- 8) Peraturan pemerintah.

Penentuan lokasi lembaga pendidikan akan mempengaruhi minat calon mahasiswa dalam menentukan pilihannya. Letak lokasi lembaga pendidikan yang perlu diperhatikan adalah:

- 1) Lingkungan lokasi itu berada (dekat pusat kota atau perumahan, kondisi lahan parkir dan lingkungan belajar yang kondusif)
- 2) Transportasi (kemudahan sarana transportasi serta akses jalan menuju ke lokasi)
- 3) Selain lokasi secara fisik yang dapat dijangkau, keberadaan lokasi secara virtual yaitu melalui internet juga sangat diperlukan.²² Melalui situs yang

²²Buchari Almadan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*,... hlm. 161.

mudah diakses memudahkan para calon mahasiswa mengakses informasi yang dibutuhkan tanpa harus datang ke lokasi secara langsung.

Jadi penentuan lokasi perlu melihat beberapa faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa terhadap lokasi perguruan tinggi tersebut dan lembaga juga perlu melakukan beberapa perbaikan melalui tambahan fasilitas sebagai bentuk melayani para calon mahasiswa dengan memberi kenyamanan dan kemudahan.

c. Pengaruh Lokasi Perguruan Tinggi

Dalam buku-buku pemasaran, Lokasi biasanya diterjemahkan sebagai saluran pemasaran. Menurut Kotler, Saluran pemasaran adalah proses untuk organisasi yang saling tergantung dan tidak terlibat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Menurut Buchari Alma, dalam konteks jasa pendidikan tinggi, yang dimaksud dengan *place* adalah lokasi. Penentuan lokasi perguruan tinggi akan mempengaruhi preferensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi yang strategis dan mudah dicapai kendaraan umum, serta akan menjadi daya tarik bagi mereka. Dari kedua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa lokasi perguruan tinggi merupakan elemen yang paling penting dalam mempengaruhi preferensi calon mahasiswa dalam menentukan pilihannya. Oleh karena itu, lokasi perguruan tinggi perlu diatur sedemikian rupa agar dapat menjadi daya tarik bagi mahasiswa.²³

Lokasi perguruan tinggi perlu mempertimbangkan lingkungan di mana lokasi itu berada (dekat dengan pusat kota atau perumahan, kondisi lahan parkir, lingkungan belajar yang kondusif) dan transportasi (seperti kemudahan sarana transportasi menuju perguruan tinggi tersebut). Namun selain lokasi perguruan tinggi secara fisik, lokasi perguruan tinggi juga dapat dijangkau secara virtual yaitu melalui internet. Tersedianya situs suatu perguruan tinggi akan menjadi daya tarik, sehingga dari sana dapat diperoleh banyak informasi yang diperlukan tanpa harus datang ke lokasi perguruan tinggi. Contoh dari posisi perguruan tinggi yang ideal adalah yang jauh dari kebisingan. Lokasi perguruan tinggi bisa saja dekat dengan perumahan, namun perlu bekerja sama dengan masyarakat sekitar untuk tetap menjaga suasana tetap kondusif dan menyediakan sarana-

²³Buchari Almadan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*,... hlm. 309.

sarana yang dibutuhkan mahasiswa, seperti tempat kos, kantin, rental komputer, wartel, tempat fotocopy, dan lain-lain.²⁴

Maka penentuan lokasi yang strategis akan mempengaruhi terhadap minat mahasiswa agar lebih memilih perguruan tinggi tersebut.

3. Minat

a. Pengertian Minat

Minat adalah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu. Secara sederhana, minat dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktifitas atau situasi yang menjadi objek dan minat tersebut, disertai dengan perasaan senang.²⁵

Berkaitan dengan keinginan konsumen untuk membeli dikenal dengan istilah minat beli. Minat beli merupakan bagian dari proses menuju arah tindakan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen. Hal ini merupakan bagian bagian dari kajian perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan konsumen yang secara langsung terlibat dalam proses berinvestasi. Kotler mengartikan perilaku konsumen adalah keputusan seseorang atas merk, kategori produk, lokasi untuk didatangi, waktu pembelian, dan jumlah pembelian merupakan hasil rangsangan (stimuli) yang berasal dari luar dirinya, yang diolah dalam diri konsumen.²⁶

Pada dasarnya minat beli yang timbul dari dalam diri seseorang dalam konteks ini adalah mahasiswa terhadap suatu produk sering kali dipengaruhi oleh daya tarik yang ada pada produk tersebut, mulai dari adanya ragam produk desain, fitur, hingga layanan purna jual yang memberikan jaminan atas kendala produk tersebut.²⁷

b. Macam-macam Minat

Menurut Ferdinand, minat beli dapat didefinisikan melalui macam-macam minat sebagai berikut:

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

²⁴Buchari Almadan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*,... hlm. 309.

²⁵Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (dalam Perspektif Islam)*, (Jakarta: Kencana, 2004) hlm. 263-264.

²⁶ Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Terjemah: Benyamin Molan, Jilid I, (Jakarta: Salemba Empat, 1999) hlm. 220.

²⁷Ferdinand dan Rian Pramono, *Analisis Pengaruh Biaya Kompetitif, Desain Produk, dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha*, *Jurnal Diponegoro Business Review*, (Volume 1, Nomor 1, Tahun 2002) hlm. 3.

- 2) Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku utama produk tersebut.
- 4) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.²⁸

B. Kajian Pustaka

Secara substansial penelitian ini tidaklah sama sekali baru. Dalam kajian pustaka di sini akan mendeskripsikan berbagai karya yang ada relevansinya dengan judul *Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Mahasiswa dalam Memilih Prodi Manajemen Pendidikan Islam di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang* antara lain:

Pertama, jurnal dengan judul “*Desain Model Manajemen Pemasaran Berbasis Layanan Jasa Pada MTs Swasta Se-Kota Semarang*” yang ditulis oleh Fatkuroji, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan beberapa aspek model pemasaran berbasis layanan jasa pada MTs swasta se-kota Semarang diantaranya: (1) Aspek penilaian visualisasi gambar model manajemen pemasaran berbasis layanan jasa pendidikan diperoleh rerata skor 73,8. (2) Aspek penilaian kejelasan model manajemen pemasaran berbasis layanan jasa pendidikan diperoleh rerata skor 68,5. (3) Aspek penilaian rasionalisasi model manajemen pemasaran berbasis layanan jasa pendidikan diperoleh rerata skor 70,8. (4) Aspek penilaian asumsi model manajemen pemasaran berbasis layanan jasa pendidikan diperoleh rerata skor 69,8. (5) Aspek penilaian keterlaksanaan model manajemen pemasaran berbasis layanan jasa pendidikan diperoleh rerata skor 71,8 (6) Aspek penilaian harapan fungsi manajemen model manajemen pemasaran berbasis layanan jasa pendidikan diperoleh rerata skor 73,2. Hal menunjukkan secara umum bahwa penilaian peserta terhadap model manajemen pemasaran berbasis layanan jasa pendidikan kategori baik.²⁹ Adapun persamaan jurnal ini dengan penelitian saya adalah dalam pembahasan yang dibahas di jurnal tersebut memakai teori pemasaran jasa pendidikan, dan adapun perbedaannya adalah jurnal tersebut lebih terfokus pada model pemasaran pelayanan jasa sedangkan penelitian saya lebih

²⁸Ferdinand dan Rian Pramono, *Analisis Pengaruh Biaya Kompetitif, Desain Produk, dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha*, Jurnal Diponegoro Business Review, (Volume 1, Nomor 1, Tahun 2002) hlm. 3.

²⁹Fatkuroji, *Desain Model Manajemen Pemasaran Berbasis Layanan Jasa Pada MTs Swasta Se-Kota Semarang*, Jurnal Pendidikan Islam, (Volume 9, Nomor 1, Tahun 2015)

terfokus pada pemasaran pendidikan yang berpengaruh terhadap minat memilih mahasiswa pada suatu lembaga perguruan tinggi.

Kedua, skripsi dengan judul “Pengaruh Produk, Biaya dan Lokasi Pendidikan terhadap Citra Sekolah (Studi di SMK Telkom Terpadu AKN Marzuqi Selempung Dukuhseti Pati)” yang ditulis oleh Syafa’ati. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa produk pendidikan di SMK Telkom Terpadu berada pada interval 29 – 39 dengan nilai rata-rata 35,126. Begitu juga dengan biaya pendidikan pengujian secara statistik menunjukkan cukup baik dan berada pada interval 13 – 17 dengan nilai rata-rata 16,126. Lokasi SMK Telkom Terpadu sudah cukup baik dan berada pada interval 23 – 35 dengan nilai rata-rata 30,224. Pada variabel Y yaitu citra SMK Telkom Terpadu cukup baik dengan interval 16 – 25 dengan nilai rata-rata 21,101. Secara bersama-sama produk, biaya, lokasi pendidikan menyumbang nilai sebesar 45,4% dan sisanya sebesar 54,6% dipengaruhi variabel lain yang bukan menjadi fokus pembebasan dalam penelitian ini.³⁰ Persamaan antara penelitian saya dan skripsi ini adalah dari segi pembahasan yang diambil yakni segi pemasaran jasa yang ditinjau dari harga dan tempat, adapun perbedaannya adalah sasaran yang dituju di skripsi ini adalah citra lembaga pendidikan sedangkan penelitian yang akan saya lakukan lebih kepada minat mahasiswa terhadap suatu jurusan di perguruan tinggi.

Ketiga, skripsi dengan judul “Pengaruh Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di Toko DANNIS Collection Pati)” yang ditulis oleh Berlian Aminati Suraya Putri. Berdasarkan penelitian ini disimpulkan bahwa ada pengaruh antara bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, promosi) terhadap kepuasan pelanggan di toko DANNIS Collection Pati. Besarnya pengaruh tersebut adalah t hitung sebesar (0,460) sedangkan t tabel sebesar (1,6736), f hitung sebesar 6,212 dengan nilai signifikan 0,047.³¹ Persamaan antara skripsi ini dan penelitian yang akan saya teliti adalah segi pemasaran yang berfokus pada metode marketing mix sedangkan perbedaannya adalah fokus pembahasan ini yaitu kepuasan pelanggan sedangkan penelitian saya terfokus kepada minat mahasiswa terhadap suatu perguruan tinggi.

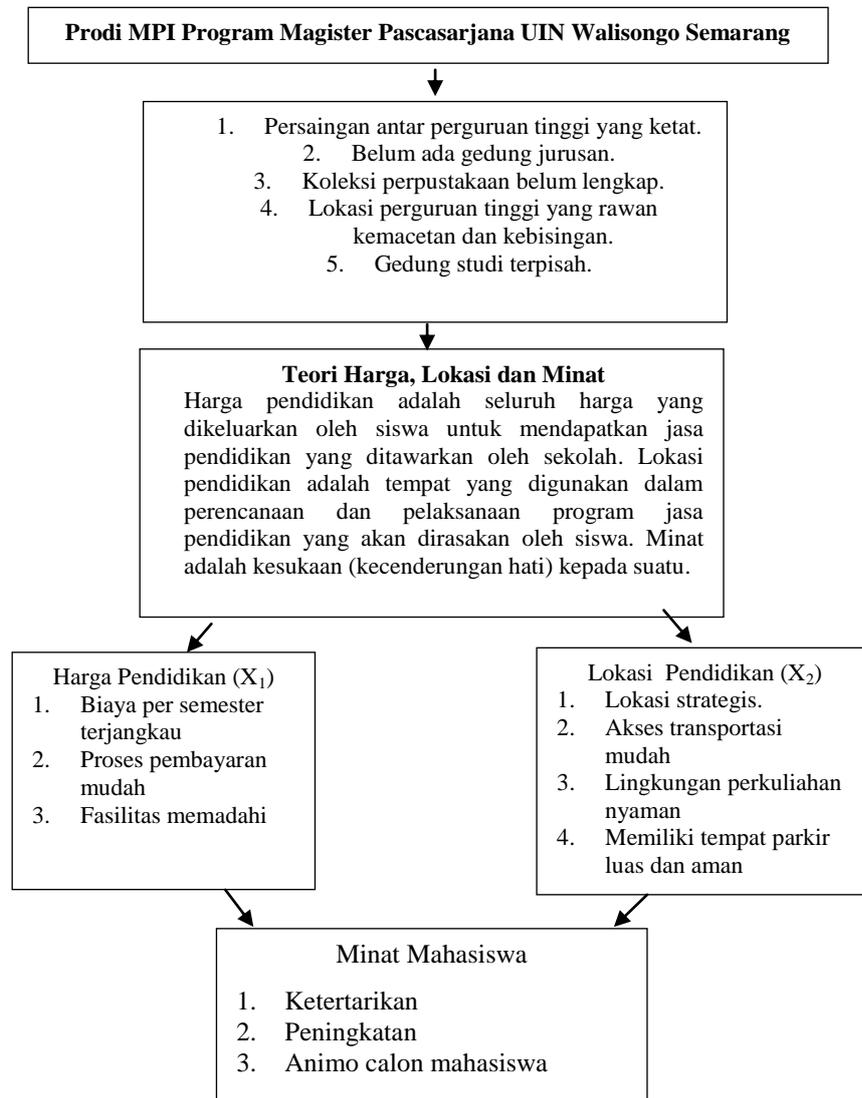
³⁰Syafa’ati (113311041), *Pengaruh Produk, Biaya dan Lokasi Pendidikan Terhadap Citra Sekolah (Studi di SMK Marzuqi Selempung Dukuhseti Pati)*, Semarang: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, 2015.

³¹Berlian Aminati Suraya Putri (072411021), *Pengaruh Bauran PemasaranKepuasan Pelanggan (Studi Kasus di Toko Dannis Collection Pati)*, Semarang: Fakultas Syari’ah, 2012

Adapun perbedaan dari beberapa judul yang telah peneliti paparkan fokus pada pengaruh pemasaran terhadap minat memilih jenjang pendidikan khususnya pada perguruan tinggi.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah bentuk kerangka yang menjelaskan pertautan antara variabel yang akan diteliti, yakni hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

D. Hipotesis Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto “hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul”.³² Hipotesis ini untuk sementara dianggap yang paling dekat kebenarannya. Berdasarkan perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi harga pendidikan terhadap minat mahasiswa dalam memilih prodi Manajemen Pendidikan Islam program Magister di kampus Pascasarjana UIN Walisongo.
- H₂: Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi lokasi pendidikan terhadap minat mahasiswa dalam memilih prodi Manajemen Pendidikan Islam program Magister di kampus Pascasarjana UIN Walisongo.
- H₃: Terdapat pengaruh antara persepsi harga dan lokasi pendidikan secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa dalam memilih prodi Manajemen Pendidikan Islam program Magister di kampus Pascasarjana UIN Walisongo.

³²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010) hlm. 110.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Merupakan penelitian yang bekerja dengan angka. Data dalam penelitian kuantitatif berwujud bilangan (skor, peringkat, atau frekuensi), data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik agar dapat menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel saling mempengaruhi satu sama lain.¹ Dalam penelitian ini, data bilangan yang dianalisis adalah data angket minat mahasiswa program Magister prodi Manajemen Pendidikan Islam di pascasarjana UIN Walisongo Semarang.

Analisis deskriptif adalah data yang ada untuk memperoleh bentuk nyata dari responden agar lebih mudah dimengerti oleh peneliti atau orang lain.² Karena pendekatan yang digunakan pendekatan kuantitatif maka cara mendiskripsikannya menggunakan statistik deskriptif, artinya menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah diperoleh dengan sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan untuk umum atau keseluruhan.³ Tujuan digunakan statistik deskriptif adalah untuk meringkas data agar lebih mudah dilihat, dimengerti dan dipahami.⁴ Jadi, data statistik (angka) diperoleh selanjutnya data akan dijelaskan dan digambarkan dengan analisis deskriptif agar lebih mudah dipahami oleh pembaca.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada 12 September 2017 sampai dengan 12 Oktober 2017. Tempat penelitian dilakukan di prodi Manajemen Pendidikan Islam program Magister Pascasarjana UIN Walisongo yang beralamat di jalan Prof. Dr. Hamka Kampus I Pascasarjana UIN Walisongo, Ngaliyan, Semarang.

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 96

²Amri Darwis, *Metode Penelitian Pendidikan Islam; Pengembangan Ilmu Berparadigma Islami*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 125.

³Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, ... hlm. 147.

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, ... hlm. 125.

C. Populasi

Populasi merupakan wilayah keseluruhan yang terdiri dari subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa prodi Manajemen Pendidikan Islam program Magister Pascasarjana UIN Walisongo, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Pascasarjana MPI Per-Semester

NO	Tahun Masuk	Semester	Jumlah
1	2015 – 2016	Semester 4 (genap)	11
		Semester 3 (ganjil)	4
2	2016 – 2017	Semester 2 (genap)	7
		Semester 1 (ganjil)	10
JUMLAH	32 MAHASISWA		

D. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁶ Sampel untuk penelitian ini menggunakan sampel jenuh (sensus), dikarenakan populasi mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana UIN Walisongo relatif kecil.

Menurut Sugiyono sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.⁷ Maka penentuan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa prodi Manajemen Pendidikan Islam program Magister Pascasarjana UIN Walisongo, jadi jumlah keseluruhan sampel adalah 32 mahasiswa yang terdiri dari angkatan 2015-2016 dan angkatan 2016-2017.

E. Variabel dan Indikator Penelitian

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, ... hlm. 80.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, ... hlm. 81.

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, ... hlm. 85.

1. Variabel

Variabel penelitian sangat penting dalam sebuah penelitian, karena variabel bertujuan sebagai landasan mempersiapkan alat dan metode pengumpulan data, dan sebagai alat menguji hipotesis. Itulah sebabnya, sebuah variabel harus dapat diamati dan dapat diukur. Variabel adalah segala sesuatu yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.⁸

Dalam penelitian ini menggunakan dua macam variabel yaitu variabel eksogen dan endogen. Variabel eksogen atau independen (X) yaitu variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini variabel independen terdiri dari dua variabel X_1 Harga Pendidikan dan X_2 Lokasi Pendidikan, sedangkan variabel endogen atau variabel dependen (Y) yaitu variabel yang dipengaruhi pada penelitian ini variabel terikatnya yaitu Pemilihan Prodi Manajemen Pendidikan Islam.

2. Indikator

Tabel 3.2 Kisi-kisi Angket Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item	
Harga Pendidikan (X_1)	1. Penetapan harga berdasarkan biaya	1.1 biaya Pendidikan	1	
		1.2 bebas uang gedung	2	
		2.1 perbandingan harga	3	
	2. Penetapan harga berdasarkan persaingan.	3. Penetapan harga berdasarkan permintaan.	3.1 pelayanan baik	4
			3.2 tenaga pengajar	5
			3.3 koleksi perpustakaan memadai	6
			3.4 lab. Bahasa memadai	7
			3.5 jaringan internet memadai	8
			Lokasi	1. Lingkungan lokasi
1.2 memiliki poliklinik	10			
	11			

⁸ Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Cet-21*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm: 38.

Pendidikan (X ₂)	2. transportasi	1.3 memiliki tempat ibadah (masjid)	12	
		1.4 lahan parkir luas	13	
		1.5 ruang perkuliahan nyaman	14	
		1.6 ruang perkuliahan jauh dari kebisingan	15	
		2.1 dekat transit bus	16	
		2.2 kemudahan akses	17	
	3. lokasi virtual	2.3 dekat bandara	18	
		2.4 dekat stasiun	19	
		3.1 Akses melalui internet atau GPS	20	
		3.2 aksesibilitas	21	
	Minat Pemilihan Prodi MPI (Y)	1. minat transaksional	1.1 ketertarikan produk yang ditawarkan	22
			1.2 pemilihan pribadi	23
			1.3 ketertarikan individu terhadap lokasi produk	24
		2. minat pre referensial	1.4 ketertarikan manfaat yang ditawarkan	25
			2.1 pelayanan baik	26
			2.2 suasana kondusif	27
		3. minat referensial	2.3 udara sejuk	28
			3.1 biaya yang terjangkau	29
			3.2 keunggulan ilmu agama	30
4. minat eksploratif		3.3 lokasi yang mudah dijangkau	31	
		4.1 mencari informasi sendiri	32	

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dipergunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data.⁹ Teknik yang di gunakan di penelitian ini adalah:

Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk mendapatkan jawaban dari responden berkenaan dengan data yang diperlukan.¹⁰

Penggunaan angket dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data dari responden (mahasiswa) yang mendalam dan akurat tentang dua faktor yaitu harga (X1) dan lokasi (x2) pendidikan yang mempengaruhi minat mahasiswa (Y) dalam memilih prodi Manajemen Pendidikan Islam program Magister di kampus Pascasarjana UIN Walisongo Semarang.

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau menggambarkan obyek yang diteliti melalui sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan umum. Penyajian data analisis deskriptif yang digunakan adalah tabel, grafik diagram lingkaran dan pictogram.¹¹

1. Analisis Pendahuluan

Merupakan analisis penelitian pertama kali yang dilakukan dengan cara memasukkan hasil pengolahan data angket responden ke dalam tabel data frekuensi. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teknik statistik yang menghitung nilai kualitas dan kuantitas dengan cara memberikan penilaian berdasarkan atas jawaban angket yang telah disebarkan kepada responden, dimana masing-masing item diberikan alternatif jawaban. Untuk mempermudah penggolongan data statistiknya, angka setiap item soal positif diberi skor sebagai berikut:¹²

Tabel 3.3 Alternatif dan Skor Jawaban

NO	Alternatif Jawaban	Keterangan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	4
2	S	Setuju	3

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, ... hlm. 52.

¹⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, ... hlm. 199.

¹¹Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 29-30.

¹² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*..., hlm. 242.

3	TS	Tidak Setuju	2
4	STS	Sangat Tidak Setuju	1

2. Uji Coba Instrumen Tes

Instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.¹³ Oleh karena itu, instrumen alat evaluasi harus diuji coba terlebih dahulu untuk melihat kelayakan instrumen. Rumus yang digunakan untuk menguji kelayakan instrumen adalah.

a. Uji Validitas

Untuk menentukan validitas masing-masing butir soal digunakan rumus kaidah kuadrat (chi kuadrat),¹⁴ yaitu: $r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antara item (X) dengan skor total (Y)

X = skor setiap item

Y = skor total

N = jumlah responden

Untuk menyelesaikan perhitungan dengan rumus tersebut maka diperlukan langkah-langkah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\sum x^2 &= \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N} \\ \sum y^2 &= \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N} \\ \sum xy &= \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{N}\end{aligned}$$

Kemudian menguji apakah korelasi itu signifikan atau tidak dengan mengkonsultasikan hasil r_{xy} pada tabel r_{tabel} . Bila koefisien korelasi sama atau lebih besar $r_t < r_{tabel}$ maka butir instrumen dinyatakan valid. Dari hasil uji validitas butir soal yang tidak valid akan dibuang dan tidak digunakan. Sedangkan butir soal yang valid digunakan sebagai alat untuk memperoleh data. Instrumen penelitian diujikan kepada 10 responden dengan taraf signifikan 5%

¹³Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*,... hal. 348.

¹⁴Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 361.

maka didapat $r_{tabel} = 0,632$. Hasil uji validitas data yang diujikan adalah sebagai berikut:

Dari uji validitas masing-masing variabel dapat diketahui jumlah instrumen yang valid dan tidak valid dengan perincian pada tabel berikut

**Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X₁
(Harga Pendidikan)**

No	Indikator	Item	Nilai Signifikan	Ket.
1.	Penetapan harga berdasarkan biaya	P1	0.763	VALID
		P2	0.717	VALID
2.	Penetapan harga berdasarkan persaingan	P3	0.880	VALID
3.	Penetapan harga berdasarkan permintaan	P4	0.663	VALID
		P5	0.888	VALID
		P6	0.688	VALID
		P7	0.688	VALID
		P8	0.883	VALID

Untuk analisis variabel harga pendidikan diketahui bahwa dari 8 pernyataan semua pernyataan dinyatakan valid atau mempunyai nilai signifikan >5% dengan r_{tabel} (0.632). Maka semua pernyataan pada variabel X₁ (harga pendidikan) bisa digunakan untuk penelitian.

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas X₂ (Lokasi Pendidikan)

No	Indikator	Item	Nilai Signifikan	Valid
1	Lingkungan Pendidikan	P9	0.777	VALID
		P10	0.939	VALID
		P11	0.741	VALID
		P12	0.848	VALID
		P13	0.914	VALID
		P14	0.939	TIDAK
		P15	-0.072	VALID
2	Transportasi	P16	0.756	VALID
		P17	0.702	VALID
		P18	0.593	TIDAK VALID
3	Selain Lokasi Fisik	P19	0.887	VALID

Untuk analisis variabel lokasi pendidikan diketahui bahwa dari 11 pernyataan terdapat 2 pernyataan yang tidak valid atau mempunyai nilai signifikan $<5\%$ yaitu pernyataan nomor 15 dan 18 sehingga dikeluarkan dari daftar pernyataan. Hal ini dikarenakan pernyataan lain sudah dapat mewakili untuk mengukur indikator dari variabel lokasi pendidikan.

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Y (Minat Pemilihan Prodi MPI)

No	Indikator	Item	Nilai Signifikan	Valid
1	Minat Transaksional	P20	0.835	VALID
		P21	0.669	VALID
		P22	0.902	VALID
		P23	0.662	VALID
2	Minat Pre-Referensial	P24	0.651	VALID
		P25	0.767	VALID
		P26	0.712	VALID
		P27	0.528	TIDAK VALID
3	Minat Referensial	P28	0.635	VALID
		P29	-0.404	TIDAK VALID
4	Minat Eksploratif	P30	0.866	VALID

Untuk analisis variabel minat pemilihan prodi MPI diketahui bahwa dari 11 pernyataan terdapat 2 pernyataan yang tidak valid atau mempunyai nilai signifikan $<5\%$ yaitu pernyataan nomor 27 dan 29 sehingga dikeluarkan dari daftar pernyataan. Hal ini dikarenakan pernyataan lain sudah dapat mewakili untuk mengukur indikator dari variabel minat pemilihan prodi MPI.

a) Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah ketetapan suatu tes apabila ditekan kepada subjek yang sama. Untuk mengetahui ketetapan ini pada dasarnya dilihat dari kesejajaran hasil. Seperti halnya beberapa teknik juga menggunakan rumus

korelasi *product moment* untuk mengetahui validitas, kesejajaran hasil dalam reabilitas tes.¹⁵

Dalam menentukan apakah instrumen memiliki daya keajegan mengukur atau reliabilitas yang tinggi atautkah belum, peneliti menggunakan rumus *alpha*. Adapun rumus *alpha* dimaksud adalah sebagai berikut:¹⁶

$$r_{11} = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_t^2}{S_t^2} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} = koefisien reabilitas tes
 n = banyaknya butir item yang dikeluarkan dalam tes
1 = bilangan konstan
 $\sum S_t^2$ = jumlah farian butir
 S_t^2 = varian total

Dengan taraf signifikan 5% apabila dari hasil penghitungan di dapat $r_{11} > r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan reliabel. Adapun untuk pengujian reliabilitas instrumen yang telah diuji cobakan kepada 10 responden memberikan hasil sebagai berikut:

Hasil uji reliabilitas instrumen variabel X₁ (harga pendidikan) diperoleh $r_{hitung} = 0.867$, $r_{tabel} 5\% = 0.632$. Karena $r_{hitung} (0.867) > r_{tabel} (0.632)$ maka butir soal uji coba instrumen variabel X₁ (harga pendidikan) **reliabel**. Kemudian hasil uji reliabilitas instrumen variabel X₂ (lokasi pendidikan) diperoleh $r_{hitung} = 0.915$ $r_{tabel} 5\% = 0,632$. Karena $r_{hitung} (0.915) > r_{tabel} (0.632)$ maka butir soal uji coba instrumen variabel X₂ (lokasi pendidikan) **reliabel**. Sedangkan untuk hasil uji reliabilitas instrumen variabel Y (minat pemilihan prodi MPI) diperoleh $r_{hitung} = 0.811$, $r_{tabel} 5\% = 0.632$. Karena $r_{hitung} (0.811) > r_{tabel} (0.632)$ maka butir soal uji coba instrumen variabel Y (minat pemilihan prodi MPI) **reliabel**.

¹⁵ Suharsimi Arikunto, *Dasar-dasar...*, hlm. 90.

¹⁶ Anas Sudijono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm. 207-208.

b) Korelasi Regresi Sederhana

Analisis korelasi regresi sederhana yaitu linier yanghanya melibatkan dua variabel (variabel X dan Y). Korelasi regresi sederhana umumnya tertarik pada minat untuk mengetahui besar dan arah dari hubungan, di samping minat yang lain, yaitu ingin mengadakan prediksi suatu variabel yang lain.¹⁷ Formula atau model regresi sebagai berikut:

$$\hat{y} = a + bX$$

Keterangan :

\hat{y} = variabel dependen konstanta (nilai yang diprediksi)

X = bilangan independen

a = konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

c) Korelasi Regresi Berganda

Analisis korelasi berganda dan regresi berganda adalah analisis tentang hubungan antara satu *dependent variable* dengan dua atau lebih *independent variable*.¹⁸ Regresi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu harga(X_1) dan lokasi (X_2) terhadap minat mahasiswa (Y). Selain itu, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = variabel minat mahasiswa

a = bilangan konstanta

b_1 = koefisisan regresi harga

b_2 = koefisisan regresi lokasi

X_1 = harga

X_2 = lokasi

3. Analisis Lanjutan

Analisis lanjutan merupakan pengelolaan lebih lanjut dari hasil analisis uji hipotesis. Dalam analisis ini penulis memuat interpetasi dari hasil analisis regresi dua prediktor dengan skor mentah yang telah diketahui dengan jalan

¹⁷ Amos Noelaka, *metode: Penelitian dan Statistik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 137.

¹⁸ Suharismi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, hlm. 339.

membandingkan antara F_{reg} dengan F_{tabel} untuk taraf signifikan 1% atau 5% ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $F_{reg} > F_{tabel}$ yang ada pada taraf 1% atau 5%, maka harga F_{reg} yang diperoleh berarti signifikan, atau hipotesis diterima.
- b. Jika $F_{reg} < F_{tabel}$ yang ada pada taraf 1% atau 5%, maka harga F_{reg} yang diperoleh berarti tidak signifikan dan hipotesis ditolak.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai deskripsi data masing-masing variabel penelitian dan pengaruh dua variabel bebas (harga dan lokasi) dengan satu variabel dependen (minat) terhadap pemilihan prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang.

Berikut ini merupakan sajian deskripsi hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis setelah melakukan penelitian. Peneliti mendapatkan hasil studi lapangan berupa data tentang pengaruh yang signifikan antara harga dan lokasi pendidikan terhadap pemilihan prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang dengan menggunakan angket/kuesioner yang disebarakan kepada 32 mahasiswa yang terdiri dari angkatan 2015-2016 dan angkatan 2016-2017. Responden diambil secara random tanpa memperhatikan jenis kelamin, maupun asal tempat tinggal.

1. Deskripsi Pengaruh Harga terhadap Minat Pemilihan Prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang

Deskripsi data untuk mengetahui nilai kuantitatif harga dilakukan dengan cara menggunakan skor jawaban angket sarana belajar sebanyak 8 item pernyataan yang valid dari 32 responden. Selanjutnya peneliti mengolah data hasil angket jawaban responden tersebut dengan nilai paling tinggi 4 dan

paling rendah 1 adapun pernyataan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Skor Nilai Kuesioner harga

RESP	VARIABEL X1								X1
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	4	3	3	3	3	3	3	25
2	4	3	4	2	3	3	3	3	25
3	4	3	4	2	3	2	2	2	22
4	3	3	3	2	3	2	3	2	21
5	3	3	3	3	3	3	3	3	24
6	3	3	3	3	3	3	3	3	24
7	3	3	2	3	2	3	3	2	21
8	4	4	3	3	3	3	4	3	27
9	3	3	2	3	2	3	3	2	21
10	4	4	4	4	4	3	4	3	30
11	3	2	3	3	3	2	3	3	22
12	4	3	3	4	3	3	3	3	26
13	3	4	3	3	4	2	3	3	25
14	4	4	3	3	3	4	2	4	27
15	3	4	3	4	3	4	4	4	29
16	2	3	2	3	3	3	2	4	22
17	3	2	3	3	3	2	2	4	22
18	2	3	3	4	3	3	3	4	25
19	4	3	4	4	3	3	4	3	28
20	3	3	4	4	3	4	3	4	28
21	3	4	4	4	4	3	4	3	29
22	3	2	3	3	3	2	2	3	21
23	3	4	2	3	3	3	3	3	24
24	3	2	3	3	3	2	2	3	21
25	3	4	3	3	4	3	4	4	28

26	3	4	3	4	4	3	3	3	27
27	3	3	3	3	3	2	3	4	24
28	4	3	3	3	3	3	3	3	25
29	3	4	3	3	3	4	3	3	26
30	3	3	3	3	3	3	3	3	24
31	3	3	3	3	4	3	3	4	26
32	3	3	2	3	3	4	4	3	25
Jumlah									794

Data nilai angket tersebut kemudian dimasukkan ke dalam tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui nilai rata-rata atau *mean* harga. Tabel distribusi di atas akan dihitung nilai *mean* dan interval kelas mengenai harga dengan rumus:

- a. Mencari nilai rata-rata:

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\sum fx}{N} \\ &= \frac{794}{32} \\ &= 24,812\end{aligned}$$

- b. Mencari jumlah kelas yang dikehendaki , dengan rumus:

$$\begin{aligned}K &= 1+ 3,3 \log n \\ &= 1+ 3,3 \log 32 \\ &= 1+ 3,3 (1,5) \\ &= 5,95 \text{ dibulatkan menjadi } 6\end{aligned}$$

- c. Mencari *range*

$$R = H - L$$

Keterangan:

H = Nilai tertinggi

L = Nilai terendah

$$R = 30 - 21$$

$$= 9$$

d. Menentukan interval kelas, dengan rumus:

$$i = \frac{R}{K}$$

Keterangan:

i = Nilai Interval

R= Range (batas nilai tertinggi-nilai terendah)

K= Jumlah kelas yang dikehendaki

$$i = \frac{R}{K}$$

$$i = \frac{9}{6}$$

= 1,5 dibulatkan menjadi 2

Tabel 4.2 Distribusi Skor Mean harga

Interval	M'	F	x'	Fx'	x ²	Fx ²
20-21	20,5	5	2	10	4	20
22-23	22,5	4	1	4	1	4
24-25	24,5	11	0	0	0	0
26-27	26,5	6	-1	-6	1	6
28-29	28,5	5	-2	-10	4	20
30-31	30,5	1	-3	-3	9	9
		N=		∑Fx' =		∑Fx ² =
		32		-5		59

M' = mean terkaan

e. Mencari *mean*

$$\begin{aligned} M &= M' + i \left(\frac{\sum fx'}{N} \right) \\ &= 24,5 + 2 \left(\frac{-5}{32} \right) \\ &= 24,5 + 2 (-0,16) \\ &= 24,18 \end{aligned}$$

f. Mencari standar deviasi:

$$\begin{aligned} SD &= i \sqrt{\frac{\sum fx^2}{N} - \left(\frac{\sum fx'}{N} \right)^2} \\ &= 2 \sqrt{\frac{59}{32} - \left(\frac{-5}{32} \right)^2} \\ &= 2 \sqrt{1,84 - 0,024} \end{aligned}$$

$$= 2 \times 1,3475$$

$$= 2,69$$

Setelah diketahui nilai *mean*, untuk melakukan penafsiran nilai *mean* yang telah didapat peneliti membuat interval kategori dari skor mentah ke dalam standar skala lima:

$$M + 1,5 SD = 24,18 + 1,5 (2,69) = 28,21 = 28 \text{ ke atas}$$

$$M + 0,5 SD = 24,18 + 0,5 (2,69) = 25,84 = 25-27$$

$$M - 0,5 SD = 24,18 - 0,5 (2,69) = 22,83 = 22-24$$

$$M - 1,5 SD = 24,18 - 1,5 (2,69) = 20,14 = 21-20$$

$$= 20 \text{ ke bawah}$$

Kemudian untuk mengetahui kualitas variabel harga maka dibuat tabel kualitas variabel harga sebagai berikut:

Tabel 4.3 Kualitas Variabel harga

No	Interval	Kategori
1	28 ke atas	Sangat Baik
2	25-27	Baik
3	22-24	Cukup
4	20-21	Buruk
5	20 ke bawah	Sangat Buruk

Dari hasil perhitungan data tersebut dapat diketahui bahwa *mean* dari harga sebesar 24,18 atau berada pada interval 22-24 yang berarti bahwa harga prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang adalah tergolong “**cukup**”. Jika distribusi frekuensi diubah dalam bentuk persen (%) maka datanya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Bentuk Persen Variabel harga

Interval	F	Fr (Persen)
20-21	5	15,6 %
22-23	4	12,5 %
24-25	11	34,4 %
26-27	6	18,8 %
28-29	5	15,6%
30-31	1	3,1 %
Jumlah	32	100

2. Deskripsi Data Lokasi Terhadap minat pemilihan prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang

Deskripsi data untuk mengetahui nilai kuantitatif Lokasi Terhadap minat pemilihan prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang dilakukan dengan cara menggunakan skor jawaban angket Lokasi mahasiswa sebanyak 9 item pernyataan dari 32 responden sebagai berikut:

Tabel 4.5 Skor Nilai Kuesioner Lokasi

RESP	VARIABEL X2									X2
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	3	3	4	3	3	2	3	3	4	28
2	3	2	2	2	1	2	3	2	3	20
3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	25
4	3	2	2	2	1	2	3	2	3	20
5	3	3	3	2	3	2	3	3	3	25
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
7	3	3	3	2	3	2	3	3	3	25
8	4	3	3	4	3	2	3	3	3	28
9	3	3	3	2	3	2	3	3	3	25
10	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29

11	3	2	2	3	1	2	3	2	2	20
12	3	3	3	3	4	2	3	3	3	27
13	4	3	3	3	4	2	3	3	3	28
14	3	3	4	3	4	3	3	3	4	30
15	3	3	3	3	3	4	4	3	4	30
16	4	3	3	2	2	3	2	2	3	24
17	3	3	3	3	3	3	4	3	4	29
18	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
19	3	3	4	3	4	3	3	3	3	29
20	3	3	4	3	3	2	3	3	3	27
21	4	3	4	3	3	3	3	4	4	31
22	3	4	1	4	3	2	3	3	3	26
23	3	3	4	3	3	3	3	2	3	27
24	3	3	3	3	3	3	3	2	3	26
25	3	3	3	3	4	3	4	3	3	29
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
27	3	3	3	2	3	3	3	4	3	27
28	3	4	3		3	3	3	3	4	26
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
30	3	2	3	3	4	3	3	2	3	26
31	3	3	3	3	3	4	2	3	3	27
32	3	3	4	3	4	3	3	2	3	28
Jumlah										851

Data nilai angket tersebut kemudian dimasukkan ke dalam tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui nilai rata-rata atau *mean* Lokasi. Tabel distribusi di atas akan dihitung nilai *mean* dan interval kelas mengenai Lokasi dengan rumus:

a. Mencari nilai rata-rata:

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\sum fx}{N} \\ &= \frac{851}{32} \\ &= 26,593\end{aligned}$$

b. Mencari jumlah kelas yang dikehendaki , dengan rumus:

$$\begin{aligned}K &= 1+ 3,3 \log n \\ &= 1+ 3,3 \log 32 \\ &= 1+ 3,3 (1,50) \\ &= 5,95 \text{ dibulatkan menjadi } 6\end{aligned}$$

c. Mencari *range*

$$\begin{aligned}R &= H-L \\ \text{Keterangan:} \\ H &= \text{Nilai tertinggi} \\ L &= \text{Nilai terendah} \\ R &= 31- 20 \\ &= 11\end{aligned}$$

d. Menentukan interval kelas, dengan rumus:

$$i = \frac{R}{K}$$

Keterangan:

i = Nilai Interval

R= Range (batas nilai tertinggi-nilai terendah)

K= Jumlah kelas yang dikehendaki

$$i = \frac{R}{K}$$

$$i = \frac{11}{6}$$

= 1,83 dibulatkan menjadi 2

Tabel 4.6 Distribusi Skor Mean Lokasi

Interval	M'	F	x'	Fx'	x ²	Fx ²
20-21	20,5	3	2	6	4	12
22-23	22,5	0	1	0	1	0
24-25	24,5	5	0	0	0	0
26-27	26,5	12	-1	-12	1	12
28-29	28,5	9	-2	-18	4	36
30-31	30,5	3	-3	-9	9	27
		N= 32		∑Fx'= -33		∑Fx ² = 87

M' = mean terkaan

e. Mencari mean

$$\begin{aligned}
 M &= M' + i \left(\frac{\sum fx'}{N} \right) \\
 &= 24,5 + 2 \left(\frac{-33}{32} \right) \\
 &= 24,5 + 2 (-1,03) \\
 &= 22,44
 \end{aligned}$$

f. Mencari standar deviasi:

$$\begin{aligned}
 SD &= i \sqrt{\frac{\sum fx^2}{N} - \left(\frac{\sum fx'}{N} \right)^2} \\
 &= 2 \sqrt{\frac{87}{32} - \left(\frac{-33}{32} \right)^2} \\
 &= 2 \sqrt{2,72 - 1,063} \\
 &= 2 \times 1,288 \\
 &= 2,6
 \end{aligned}$$

Setelah diketahui nilai *mean*, untuk melakukan penafsiran nilai *mean* yang telah didapat peneliti membuat interval kategori dari skor mentah ke dalam standar skala lima:

$$M + 1,5 SD = 22,44 + 1,5 (2,6) = 26 = 27 \text{ ke atas}$$

$$M + 0,5 SD = 22,44 + 0,5 (2,6) = 24 = 24-27$$

$$M - 0,5 SD = 22,44 - 0,5 (2,6) = 21 = 21-23$$

$$M - 1,5 SD = 22,44 - 1,5 (2,6) = 19 = 19-20$$

$$= 18 \text{ ke bawah}$$

Kemudian untuk mengetahui kualitas variabel Lokasi maka dibuat tabel kualitas variabel Lokasi sebagai berikut:

Tabel 4.7 Kualitas Variabel Lokasi

No	Interval	Kategori
1	27 ke atas	Sangat Baik
2	24-27	Baik
3	21-23	Cukup
4	19-20	Buruk
5	18 ke bawah	Sangat Buruk

Dari hasil perhitungan data tersebut dapat diketahui bahwa *mean* dari Lokasi sebesar 22,44 atau berada pada interval 21-23 yang berarti bahwa Lokasi terhadap minat pemilihan prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang adalah tergolong “**cukup**”. Jika distribusi frekuensi diubah dalam bentuk persen (%) maka datanya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Bentuk Persen Variabel Lokasi

Interval	F	Fr (Persen)
20-21	3	9,4%
22-23	0	0 %
24-25	5	15,6 %
26-27	12	37,5 %
28-29	9	28,1 %
30-31	3	9,4 %
Jumlah	32	100

3. Deskripsi Data Minat Mahasiswa Pemilihan Prodi MPI Di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang

Deskripsi data untuk mengetahui nilai kuantitatif Minat Pemilihan Prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang dilakukan dengan cara menggunakan skor jawaban angket Minat mahasiswa sebanyak 9 item pernyataan dari 32 responden sebagai berikut:

Tabel 4.9 Skor Minat Mahasiswa

RESP	VARIABEL Y									Y
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	4	4	3	3	2	3	3	3	3	28
2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
5	3	3	3	3	3	3	2	3	3	26
6	2	2	3	3	2	3	3	3	3	24
7	3	3	2	3	3	2	2	3	3	24
8	3	4	4	4	3	3	2	3	3	29
9	3	3	2	3	3	2	2	3	3	24

10	4	4	3	4	3	3	3	4	3	31
11	2	3	2	3	3	3	2	3	2	23
12	3	4	3	3	3	3	3	3	4	29
13	4	3	4	3	3	4	3	3	4	31
14	4	3	4	3	3	3	3	4	3	30
15	4	4	4	3	3	3	2	3	4	30
16	3	3	2	3	3	3	4	3	3	27
17	3	4	3	4	3	2	3	4	3	29
18	3	3	2	3	4	3	2	4	3	27
19	3	3	4	3	3	4	3	3	4	30
20	3	3	4	3	3	3	3	3	3	28
21	2	4	4	4	4	4	3	3	3	31
22	2	3	3	3	3	3	4	3	3	27
23	3	2	3	2	3	3	3	3	3	25
24	2	3	2	4	2	3	3	3	3	25
25	4	3	3	4	3	3	2	3	4	29
26	3	3	4	3	3	3	3	4	3	29
27	2	3	3	4	3	2	3	3	4	27
28	3	3	3	3	3	2	3	4	3	27
29	3	3	2	3	3	4	3	3	3	27
30	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
31	3	3	3	3	3	3	3	4	3	28
32	3	3	4	3	4	3	3	3	3	29
Jumlah										878

Data nilai angket tersebut kemudian dimasukkan ke dalam tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui nilai rata-rata atau *mean* Minat. Tabel distribusi di atas akan dihitung nilai *mean* dan interval kelas mengenai Minat dengan rumus:

a. Mencari nilai rata-rata:

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\sum fx}{N} \\ &= \frac{878}{32} \\ &= 27,43\end{aligned}$$

b. Mencari jumlah kelas yang dikehendaki , dengan rumus:

$$\begin{aligned}K &= 1+ 3,3 \log n \\ &= 1+ 3,3 \log 32 \\ &= 1+ 3,3 (1,50) \\ &= 5,95 \text{ dibulatkan menjadi } 6\end{aligned}$$

c. Mencari *range*

$$\begin{aligned}R &= H-L \\ \text{Keterangan:} \\ H &= \text{Nilai tertinggi} \\ L &= \text{Nilai terendah} \\ R &= 31-23 \\ &= 8\end{aligned}$$

d. Menentukan interval kelas, dengan rumus:

$$i = \frac{R}{K}$$

Keterangan:

i = Nilai Interval

R= Range (batas nilai tertinggi-nilai terendah)

K= Jumlah kelas yang dikehendaki

$$i = \frac{R}{K}$$

$$i = \frac{8}{6}$$

$$= 1,3 \text{ dibulatkan menjadi } 2$$

Tabel 4.10 Distribusi Skor Mean Minat

Interval	M'	F	x'	Fx'	x ²	Fx ²
20-21	20,5	0	3	0	9	0
22-23	22,5	1	2	1	4	4
24-25	24,5	5	1	5	1	5
26-27	26,5	11	0	0	0	0
28-29	28,5	9	-1	-9	1	9
30-31	30,5	6	-2	-12	4	24
		N=32		∑Fx' = -15		∑Fx ² =42

M' = *mean* terkaan

e. Mencari *mean*

$$\begin{aligned}
 M &= M' + i \left(\frac{\sum fx'}{N} \right) \\
 &= 26,5 + 2 \left(\frac{-15}{32} \right) \\
 &= 26,5 + 2 (-0,47) \\
 &= 25,6
 \end{aligned}$$

f. Mencari standar deviasi:

$$\begin{aligned}
 SD &= i \sqrt{\frac{\sum fx^2}{N} - \left(\frac{\sum fx'}{N} \right)^2} \\
 &= 2 \sqrt{\frac{42}{32} - \left(\frac{-15}{32} \right)^2} \\
 &= 2 \sqrt{1,31 - 0,22} \\
 &= 2 \times 1,04 \\
 &= 2,08
 \end{aligned}$$

Setelah diketahui nilai *mean*, untuk melakukan penafsiran nilai *mean* yang telah didapat peneliti membuat interval kategori dari skor mentah ke dalam standar skala lima:

$$M + 1,5 SD = 25,6 + 1,5 (2,08) = 29 = 29 \text{ ke atas}$$

$$M + 0,5 SD = 25,6 + 0,5 (2,08) = 27 = 27-29$$

$$M - 0,5 SD = 25,6 - 0,5 (2,08) = 25 = 24-26$$

$$M - 1,5 SD = 25,6 - 1,5 (2,08) = 22 = 22-24$$

= 21 ke bawah

Kemudian untuk mengetahui kualitas variabel Minat Mahasiswa maka dibuat tabel kualitas variabel Minat Mahasiswa sebagai berikut:

Tabel 4.11 Kualitas Variabel Minat Mahasiswa

No	Interval	Kategori
1	29 ke atas	Sangat Baik
2	27-29	Baik
3	24-26	Cukup
4	22-24	Buruk
5	21 ke bawah	Sangat Buruk

Dari hasil perhitungan data tersebut dapat diketahui bahwa *mean* dari Minat Mahasiswa sebesar 25,6 atau berada pada interval 24-26 yang berarti bahwa Minat Mahasiswa Pemilihan Prodi MPI Di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang adalah tergolong “**cukup**”. Jika distribusi frekuensi diubah dalam bentuk persen (%) maka datanya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Bentuk Persen Variabel Minat Mahasiswa

Interval	F	Fr (Persen)
20-21	0	0 %
22-23	1	3,1 %
24-25	5	15,6 %
26-27	11	34,4 %
28-29	9	28,1 %
30-31	6	18,8%
Jumlah	32	100

B. Analisis Data

1. Analisis Pendahuluan

Dalam tahap ini untuk mengetahui pengaruh harga pendidikan terhadap pemilihan prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang, pengaruh lokasi pendidikan terhadap pemilihan prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang dan pengaruh yang signifikan antara harga dan lokasi pendidikan pendidikan terhadap pemilihan prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang. Peneliti menggunakan uji statistik regresi sederhana dan berganda. Tujuannya adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara harga dan lokasi pendidikan pendidikan terhadap pemilihan prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang. Adapun proses perhitungannya yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.13 Tabel Penolong Regresi

RESP	X1	X2	Y	X1 ²	X2 ²	Y ²	X1 Y	X2 Y	X1 X2
1	25	28	28	625	784	784	700	784	700
2	25	20	26	625	400	676	650	520	500
3	22	25	26	484	625	676	572	650	550
4	21	20	26	441	400	676	546	520	420
5	24	25	26	576	625	676	624	650	600
6	24	27	24	576	729	576	576	648	648
7	21	25	24	441	625	576	504	600	525
8	27	28	29	729	784	841	783	812	756
9	21	25	24	441	625	576	504	600	525
10	30	29	31	900	841	961	930	899	870

11	22	20	23	484	400	529	506	460	440
12	26	27	29	676	729	841	754	783	702
13	25	28	31	625	784	961	775	868	700
14	27	30	30	729	900	900	810	900	810
15	29	30	30	841	900	900	870	900	870
16	22	24	27	484	576	729	594	648	528
17	22	29	29	484	841	841	638	841	638
18	25	28	27	625	784	729	675	756	700
19	28	29	30	784	841	900	840	870	812
20	28	27	28	784	729	784	784	756	756
21	29	31	31	841	961	961	899	961	899
22	21	26	27	441	676	729	567	702	546
23	24	27	25	576	729	625	600	675	648
24	21	26	25	441	676	625	525	650	546
25	28	29	29	784	841	841	812	841	812
26	27	27	29	729	729	841	783	783	729
27	24	27	27	576	729	729	648	729	648
28	25	26	27	625	676	729	675	702	650
29	26	27	27	676	729	729	702	729	702
30	24	26	26	576	676	676	624	676	624
31	26	27	28	676	729	784	728	756	702
32	25	28	29	625	784	841	725	812	700
Jumlah	794	851	878	19920	22857	24242	21923	23481	21256
	X1	X2	Y	X1²	X2²	Y²	X1 Y	X2 Y	X1 X2

2. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas permasalahan yang dirumuskan. Oleh sebab itu, jawaban sementara ini harus diuji kebenarannya secara empirik.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik regresi sederhana dan berganda.

a. Pengaruh Harga Pendidikan Terhadap Pemilihan Prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang

Analisis regresi sederhana ini dilakukan untuk menguji hipotesis seberapa besar pengaruh harga pendidikan terhadap pemilihan prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang. Untuk menguji hipotesis dan membuktikan hipotesis yang dilakukan oleh peneliti maka digunakan langkah-langkah sebagai berikut :

1) Analisis Korelasi

Mencari korelasi antara X1 dan Y dengan menggunakan teknik korelasi teknik korelasi *Product Moment* dengan rumus:

$$r_{x_1y} = \frac{\sum x_1y}{\sqrt{(\sum x_1^2)(\sum y^2)}}$$

Sebelum menggunakan teknik korelasi dengan rumus di atas, maka mencari skor deviasi terlebih dahulu, dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned}\sum x_1^2 &= \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{N} \\ &= 19920 - \frac{(794)^2}{32} \\ &= 19920 - 19701,1 \\ &= 218,9\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\sum y^2 &= \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N} \\ &= 24242 - \frac{(878)^2}{32} \\ &= 24242 - 24090,1 \\ &= 151,9\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\sum x_1y &= \sum XY - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{N} \\ &= 21923 - \frac{(794)(878)}{32} \\ &= 21923 - 21785,4 \\ &= 137,6\end{aligned}$$

Diketahui:

$$\sum x_1^2 = 218,9$$

$$\sum y^2 = 151,9$$

$$\sum x_1y = 137,6$$

Sehingga teknik korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

$$\begin{aligned}r_{x_1y} &= \frac{\sum x_1y}{\sqrt{(\sum x_1^2)(\sum y^2)}} \\ &= \frac{137,6}{\sqrt{(218,9)(151,9)}} \\ &= \frac{137,6}{182,3} \\ &= 0,755\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan korelasi yang telah dilakukan, diperoleh koefisien korelasi $r_{x_1y} = 0,755$.

Selanjutnya hasil perhitungan r_{xy} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N = 32$ dari taraf signifikansi 5% ($r_{tabel} = 0,361$) dengan kriteria pengujiannya adalah jika $r_{x1y} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel. Berdasarkan perhitungan teknik korelasi diperoleh $r_{x1y} > r_{tabel}$ ($0,755 > 0,361$). Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara harga (X1) terhadap Minat mahasiswa (Y) adalah signifikan.

Tabel 4.14 Koefisien Korelasi X_1Y

N	r_{x1y}	r table	Kesimpulan
		5%	
32	0,755	0,361	Signifikan

Kemudian untuk mengetahui kuat atau lemahnya korelasi dua variabel yang telah tersebut di atas dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.15 Tingkat Koefisien Korelasi X_1Y

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
0,80 – 0,1000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Sedang
0,20 – 0,399	Lemah
0,00 – 0,199	Sangat Lemah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tingkat korelasi harga (X1) terhadap Minat mahasiswa (Y) sebesar 0,755 dalam kategori “ kuat” karena terletak di atas interval 0,60 – 0,799

Data tersebut diperkuat dengan menggunakan SPSS 16 sebagai berikut:

Correlations			
		Harga	Minat
Harga	Pearson Correlation	1	.755**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	32	32
Minat	Pearson Correlation	.755**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	32	32

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2) Analisis Regresi Sederhana

Langkah-langkah yang digunakan dalam analisis regresi sederhana dalam penelitian ini sebagai berikut:

a) Mencari persamaan garis regresi dengan rumus;

$$y = a + bx$$

$$b = \frac{n \cdot \sum X_1 Y - \sum X_1 \sum Y}{n \cdot \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X_1}{N}$$

harga b dan a dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} b &= \frac{n \cdot \sum x_1 y - \sum x_1 \sum y}{n \cdot \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2} \\ &= \frac{32 \cdot (21923) - (794)(878)}{32 \cdot (19920) - (794)^2} \\ &= \frac{4404}{7004} \\ &= 0,629 \end{aligned}$$

Jadi harga b = 0,629. Sedangkan untuk mencari a adalah menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} a &= \frac{\sum Y - b \cdot \sum X_1}{N} \\ &= \frac{878 - 0,629 \cdot (794)}{32} \\ &= \frac{378,6}{32} \\ &= 11,83 \end{aligned}$$

Diketahui b sebesar 0,629 dan nilai a sebesar 11,83 maka persamaan garis regresinya adalah

$$y = a + bx$$

$$y = 11,83 + 0,629x$$

Dari persamaan garis regresi sederhana tersebut, maka dapat diartikan bahwa:

y = variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas

a = 11,83 merupakan nilai konstanta, yang memiliki arti bahwa Minat mahasiswa (Y) akan konstan

sebesar 11,83 satuan jika tidak ada pengaruh dari harga (X1).

$b = 0,629$ merupakan besarnya kontribusi variabel harga (X1) mempengaruhi variabel Minat mahasiswa (Y). Koefisien b sebesar 0,629 dengan tanda positif, hasil tersebut berarti bahwa Minat mahasiswa (Y) akan berubah sebesar 0,629 dengan sifat hubungan yang searah. Jika variabel harga (X1) berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka Minat mahasiswa (Y) akan naik sebesar 0,629 satuan. Demikian juga sebaliknya, Jika variabel harga berubah atau mengalami penurunan sebesar 1 satuan, maka Minat mahasiswa akan turun sebesar 0,629 satuan.

Dari penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa apabila harga tidak memiliki nilai, maka diperkirakan Minat mahasiswa tersebut mendapatkan nilai 0,629. Misalnya apabila nilai harga = 5 maka nilai rata-rata Minat mahasiswa **14,98** karena

$$Y = 11,83 + 0,629(5) = 11,83 + 3,145 = 14,98$$

disimpulkan bahwa semakin baik harga yang ada maka semakin baik pula Minat mahasiswa.

b) Uji F atau uji simultan

Sebelum mencari nilai F, maka ditentukan terlebih dahulu taraf signifikansinya (*level of*

significant). Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 30 (dari $N - 2 = 32 - 2$), maka diperoleh $F_{\text{tabel } 5\%}$ sebesar 4,17.

Setelah taraf signifikan F_{tabel} dalam penelitian ini diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mencari harga F dengan menggunakan rumus-rumus sebagai berikut:

- 1) Mencari jumlah kuadrat regresi ($JK_{\text{Reg [a]}}$) dengan rumus:

$$\begin{aligned} JK_{\text{Reg [a]}} &= \frac{(\Sigma Y)^2}{n} \\ &= \frac{(878)^2}{32} \\ &= 24090,1 \end{aligned}$$

- 2) Mencari Jumlah kuadrat regresi ($JK_{\text{Reg [b|a]}}$) dengan rumus;

$$\begin{aligned} JK_{\text{Reg [b|a]}} &= b \left\{ \Sigma X_1 Y - \frac{(\Sigma X_1)(\Sigma Y)}{n} \right\} \\ &= 0,629 \left\{ 21923 - \frac{(794)(878)}{32} \right\} \\ &= 0,629 (137,6) \\ &= 86,55 \end{aligned}$$

- 3) Mencari Jumlah Kuadrat Residu (JK_{Res}) dengan rumus:

$$\begin{aligned} JK_{\text{Res}} &= \Sigma Y^2 - JK_{\text{Reg [b|a]}} - JK_{\text{Reg [a]}} \\ &= 24242 - 86,55 - 24090,1 \\ &= 65,35 \end{aligned}$$

- 4) Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat Regresi ($RJK_{Reg [a]}$) dengan rumus:

$$\begin{aligned} RJK_{Reg [a]} &= JK_{Reg [a]} \\ &= 24090,1 \end{aligned}$$

- 5) Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat Regresi ($RJK_{Reg [b|a]}$) dengan rumus:

$$\begin{aligned} RJK_{Reg [b|a]} &= JK_{Reg [b|a]} \\ &= 86,55 \end{aligned}$$

- 6) Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat Residu (RJK_{Res}) dengan rumus:

$$\begin{aligned} RJK_{Res} &= \frac{JK_{Res}}{n-2} \\ &= \frac{65,35}{32-2} \\ &= 2,178 \end{aligned}$$

- 7) Menguji Signifikansi dengan rumus:

$$\begin{aligned} F_{hitung} &= \frac{RJK_{Reg (b|a)}}{RJK_{Res}} \\ &= \frac{86,55}{2,178} \\ &= 39,73 \end{aligned}$$

Jika perhitungan dibuktikan dengan program SPSS versi 16.0 hasilnya seperti di bawah ini:

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	86.536	1	86.536	39.733	.000 ^a
	Residual	65.339	30	2.178		
	Total	151.875	31			
a. Predictors: (Constant), Harga						
b. Dependent Variable: Minat						

Dalam penelitian ini, $F_{\text{tabel}} 5\% = 4,17$. Kemudian dimasukkan kedalam kaidah pengujian signifikansi, yaitu $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka artinya signifikan tetapi apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ artinya tidak signifikan.

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa $F_{\text{hitung}} = 39,73$ berarti bersignifikan artinya hipotesis diterima, karena $F_{\text{hitung}} = 39,73 > F_{\text{tabel}}(4,17)$ pada taraf signifikansi 5%.

c) Uji t (parsial)

Sebelum mencari nilai t, maka ditentukan terlebih dahulu taraf signifikansinya (*level of significant*). Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 30 (dari $N - 2 = 32 - 2$), maka diperoleh $t_{\text{tabel}} 5\%$ adalah 1,697. Setelah taraf signifikan t_{tabel} diketahui, maka langkah selanjutnya

adalah mencari harga t dengan menggunakan rumus sebagai berikut

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 &= \frac{0,755\sqrt{32-2}}{\sqrt{1-0,755^2}} \\
 &= \frac{0,755 \times 5,48}{\sqrt{0,43}} \\
 &= \frac{4,137}{0,656} \\
 &= 6,30
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa $t_{hitung} = 6,30$ berarti signifikan artinya hipotesis diterima, karena $t_{hitung} = 6,30 > t_{tabel} (1,697)$ pada taraf signifikansi 5%.

Jika perhitungan dibuktikan dengan program SPSS versi 16.0 hasilnya seperti di bawah ini:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.836	2.489		4.756	.000
	Harga	.629	.100	.755	6.303	.000

a. Dependent Variable: Minat

3) Kontribusi antara variabel X dan variabel Y (R Square)

Selanjutnya mencari sumbangan efektif dari harga terhadap Minat mahasiswa dengan mencari koefisien determinasi (*R square*) terlebih dahulu dengan cara sebagai berikut :

Diketahui $r_{x1y} = 0,755$

$$\begin{aligned} R &= r_{x1y}^2 = 0,755^2 \times 100\% \\ &= 0,570 \times 100\% \\ &= 57\% \end{aligned}$$

Jika perhitungan dibuktikan dengan program SPSS versi 16.0 hasilnya seperti di bawah ini:

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 ^a	.570	.555	1.476

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Minat

Pada tabel model summary, didapat $R = 0,755$ menunjukkan bahwa koefisien antara harga (X1) dengan Minat mahasiswa (Y). Kemudian nilai $R\ Square = R^2 = 0,570$ jika diubah dalam bentuk persen adalah 57 %. Hal

ini menunjukkan bahwa kontribusi harga terhadap Minat mahasiswa sebesar 57% dan sisanya sebesar 43 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Adapun kontribusi harga terhadap Minat mahasiswa sebesar 57% meliputi terjangkau biaya pendidikan per semester, bebas biaya gedung, biaya pascasarjana prodi MPI UIN Walisongo lebih murah dibanding universitas lain, tenaga pengajar yang profesional, layanan perpustakaan, laboratorium dan wifi yang memadai sehingga menghasilkan kontribusi minat mahasiswa yang tinggi dengan adanya layanan harga pendidikan yang terjangkau untuk mahasiswa.

b. Pengaruh Lokasi Pendidikan terhadap Pemilihan Prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang.

Analisis regresi sederhana yang selanjutnya dilakukan untuk menguji hipotesis pengaruh Lokasi terhadap minat mahasiswa. Untuk menguji hipotesis tersebut digunakan langkah-langkah sebagai berikut :

1) Analisis Korelasi

Mencari korelasi antara X2 dan Y dengan menggunakan teknik korelasi teknik korelasi *Product Moment* dengan rumus:

$$r_{x_2y} = \frac{\sum x_2y}{\sqrt{(\sum x_2^2)(\sum y^2)}}$$

Sebelum menggunakan teknik korelasi dengan rumus di atas, maka mencari skor deviasi terlebih dahulu, dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned}\sum x^2 &= \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N} \\ &= 22857 - \frac{(851)^2}{32} \\ &= 22857 - 22631,3 \\ &= 225,7\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\sum y^2 &= \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N} \\ &= 24242 - \frac{(878)^2}{32} \\ &= 24242 - 24090,1 \\ &= 151,9\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\sum x^2y &= \sum X^2Y - \frac{(\sum X^2)(\sum Y)}{N} \\ &= 23481 - \frac{(851)(878)}{32} \\ &= 23481 - 23349,3 \\ &= 131,7\end{aligned}$$

Diketahui:

$$\sum x^2 = 225,7$$

$$\sum y^2 = 151,9$$

$$\sum x^2y = 131,7$$

Sehingga teknik korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 r_{x_2y} &= \frac{\sum x_2y}{\sqrt{(\sum x_2^2)(\sum y^2)}} \\
 &= \frac{131,7}{\sqrt{(225,7)(151,9)}} \\
 &= \frac{131,7}{185,2} \\
 &= 0,711
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan korelasi yang telah dilakukan, diperoleh koefisien korelasi $r_{x_2y} = 0,711$. Selanjutnya hasil perhitungan r_{xy} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N = 32$ dari taraf signifikansi 5% ($r_{tabel} = 0,361$) dengan kriteria pengujianya adalah jika $r_{x_2y} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel. Berdasarkan perhitungan teknik korelasi diperoleh $r_{x_2y} > r_{tabel}$ ($0,711 > 0,361$). Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara lokasi (X2) terhadap minat mahasiswa (Y) adalah signifikan.

Tabel 4.16 Koefisien Korelasi X₂Y

N	r_{x_2y}	r table	Kesimpulan
		5%	
32	0,711	0,361	Signifikan

Kemudian untuk mengetahui kuat atau lemahnya korelasi dua variabel yang telah tersebut di atas dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.17 Tingkat Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
0,80 – 0,1000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Sedang
0,20 – 0,399	Lemah
0,00 – 0,199	Sangat Lemah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tingkat korelasi lokasi terhadap minat mahasiswa sebesar 0,711 dalam kategori “ kuat” karena terletak di atas interval 0,60 – 0,799.

Data tersebut diperkuat dengan menggunakan SPSS 16 sebagai berikut:

Correlations

		Lokasi	Minat
Lokasi	Pearson Correlation	1	.711**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	32	32
Minat	Pearson Correlation	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	32	32

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2) Analisis Regresi Sederhana

Langkah-langkah yang digunakan dalam analisis regresi sederhana dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a) Mencari persamaan garis regresi dengan rumus;

$$y = a + bx$$

$$b = \frac{n \cdot \sum x_2 Y - \sum x_2 \sum Y}{n \cdot \sum x_2^2 - (\sum x_2)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum x_2}{N}$$

harga b dan a dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} b &= \frac{n \cdot \sum x_2 y - \sum x_2 \sum y}{n \cdot \sum x_2^2 - (\sum x_2)^2} \\ &= \frac{32 \cdot (23481) - (851)(878)}{32 \cdot (22857) - (851)^2} \\ &= \frac{4214}{7223} \\ &= 0,583 \end{aligned}$$

Jadi harga b = 0,583. Sedangkan untuk mencari a adalah menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} a &= \frac{\sum Y - b \cdot \sum x_2}{N} \\ &= \frac{878 - 0,583 \cdot (851)}{32} \\ &= \frac{381,9}{32} \\ &= 11,93 \end{aligned}$$

Diketahui b sebesar 0,583 dan nilai a sebesar 11,93 maka persamaan garis regresinya adalah $y = a + bx$

$$y = 11,93 + 0,583x$$

Dari persamaan garis regresi sederhana tersebut, maka dapat diartikan bahwa:

Y = variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas

a = 11,93 merupakan nilai konstanta, yang memiliki arti bahwa Minat mahasiswa (Y) akan konstan sebesar 11,93 satuan jika tidak ada pengaruh dari lokasi (X2).

b = 0,583 merupakan besarnya kontribusi variabel lokasi (X2) mempengaruhi variabel Minat mahasiswa (Y). Koefisien b sebesar 0,583 dengan tanda positif, hasil tersebut berarti bahwa Minat mahasiswa (Y) akan berubah sebesar 0,583 dengan sifat hubungan yang searah. Jika variabel lokasi (X2) berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka Minat mahasiswa (Y) akan naik sebesar 0,583 satuan. Demikian juga sebaliknya, jika variabel lokasi berubah atau mengalami penurunan sebesar 1 satuan, maka Minat mahasiswa akan turun sebesar 0,583 satuan.

Dari penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa apabila lokasi tidak memiliki nilai, maka diperkirakan Minat mahasiswa tersebut

mendapatkan nilai 0,583. Misalnya apabila nilai lokasi = 5 maka nilai lokasi **14,845** karena

$$\hat{Y} = 11,93 + 0,583(5) = 11,93 + 2,915 = 14,845$$

Disimpulkan bahwa semakin baik lokasi yang ada maka semakin baik pula Minat mahasiswa.

b) Uji F atau uji simultan

Sebelum mencari nilai F, maka ditentukan terlebih dahulu taraf signifikansinya (*level of significant*). Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 83 (dari $N - 2 = 85 - 2$), maka diperoleh $F_{\text{tabel } 5\%}$ sebesar 4,17.

Setelah taraf signifikan F_{tabel} dalam penelitian ini diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mencari harga F dengan menggunakan rumus-rumus sebagai berikut:

- 1) Mencari jumlah kuadrat regresi ($JK_{\text{Reg [a]}}$) dengan rumus:

$$\begin{aligned} JK_{\text{Reg [a]}} &= \frac{(\Sigma Y)^2}{n} \\ &= \frac{(878)^2}{32} \\ &= 24090,1 \end{aligned}$$

- 2) Mencari Jumlah kuadrat regresi ($JK_{\text{Reg [b|a]}}$) dengan rumus;

$$JK_{\text{Reg [b|a]}} = b \left\{ \Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{n} \right\}$$

$$\begin{aligned}
&= 0,583 \left\{ 23481 - \frac{(951)(979)}{32} \right\} \\
&= 0,583 (131,69) \\
&= 76,78
\end{aligned}$$

- 3) Mencari Jumlah Kuadrat Residu (JK_{Res}) dengan rumus:

$$\begin{aligned}
JK_{Res} &= \Sigma Y^2 - JK_{Reg[b|a]} - JK_{Reg[a]} \\
&= 24242 - 76,78 - 24090,1 \\
&= 75,12
\end{aligned}$$

- 4) Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat Regresi ($RJK_{Reg[a]}$) dengan rumus:

$$\begin{aligned}
RJK_{Reg[a]} &= JK_{Reg[a]} \\
&= 24090,1
\end{aligned}$$

- 5) Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat Regresi ($RJK_{Reg[b|a]}$) dengan rumus:

$$\begin{aligned}
RJK_{Reg[b|a]} &= JK_{Reg[b|a]} \\
&= 76,78
\end{aligned}$$

- 6) Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat Residu (RJK_{Res}) dengan rumus:

$$\begin{aligned}
RJK_{Res} &= \frac{JK_{Res}}{n-2} \\
&= \frac{75,12}{32-2} \\
&= 2,504
\end{aligned}$$

- 7) Menguji Signifikansi dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{Reg[b|a]}}{RJK_{Res}}$$

$$= \frac{76,78}{2,504}$$

$$= 30,7$$

Jika perhitungan dibuktikan dengan program SPSS versi 16.0 hasilnya seperti di bawah ini:

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	76.828	1	76.828	30.712	.000 ^a
	Residual	75.047	30	2.502		
	Total	151.875	31			

a. Predictors: (Constant), Lokasi

b. Dependent Variable: Minat

Dalam penelitian ini, $F_{\text{tabel}} 5\% = 4,17$. Kemudian dimasukkan ke dalam kaidah pengujian signifikansi, yaitu $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka artinya signifikan tetapi $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ artinya tidak signifikan. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa $F_{\text{hitung}} = 30,7$ berarti signifikan artinya hipotesis diterima, karena $F_{\text{hitung}} = 30,7 > F_{\text{tabel}}(4,17)$ pada taraf signifikansi 5%.

c) Uji t (parsial)

Sebelum mencari nilai t, maka ditentukan terlebih dahulu taraf signifikansinya (*level of significant*). Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan

pembilang 1 dan pembagi 30 (dari $N - 2 = 32 - 2$), maka diperoleh t_{tabel} 5% adalah 1,697. Setelah taraf signifikan t_{tabel} diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mencari harga t dengan menggunakan rumus sebagai berikut

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 &= \frac{0,711\sqrt{32-2}}{\sqrt{1-0,711^2}} \\
 &= \frac{0,711 \times 5,48}{\sqrt{0,494}} \\
 &= \frac{3,90}{0,703} \\
 &= 5,548
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa $t_{\text{hitung}} = 5,548$ berarti signifikan artinya hipotesis diterima, karena $t_{\text{hitung}} = 5,548 > t_{\text{tabel}}(1,697)$ pada taraf signifikansi 5%.

Jika perhitungan dibuktikan dengan program SPSS versi 16.0 hasilnya seperti di bawah ini:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.922	2.814		4.237	.000
	Lokasi	.583	.105	.711	5.542	.000

a. Dependent Variable: Minat

4) Kontribusi antara variabel X dan variabel Y (R Square)

Selanjutnya mencari sumbangan efektif dari lokasi terhadap Minat mahasiswa dengan mencari koefisien determinasi (*R square*) terlebih dahulu dengan cara sebagai berikut :

Di ketahui $r_{x2y} = 0,711$

$$\begin{aligned} R &= r_{x2y} \times 100 = r_{xy}^2 \times 100\% \\ &= 0,711^2 \times 100\% \\ &= 0,506 \times 100\% \\ &= 50,6 \% \end{aligned}$$

Jika perhitungan dibuktikan dengan program SPSS versi 16.0 hasilnya seperti di bawah ini:

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 ^a	.506	.489	1.582

a. Predictors: (Constant), Lokasi

b. Dependent Variable: Minat

Pada tabel model summary, didapat $R = 0,711$ menunjukkan bahwa koefisien antara lokasi (X2) dengan minat mahasiswa (Y). Kemudian nilai *R Square* = $R^2 = 0,506$ jika diubah dalam bentuk persen adalah 50,6 %. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi lokasi

terhadap minat mahasiswa sebesar 50,6 % dan sisanya sebesar 49,4 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Adapun kontribusi lokasi terhadap minat mahasiswa sebesar 50,6 % meliputi lokasi pascasarjana prodi MPI UIN Walisongo yang terjangkau dekat dengan jalan raya dan terjangkau untuk melakukan registrasi, dekat dengan masjid, dekat dengan poliklinik, ruang perkuliahan yang nyaman sehingga menghasilkan kontribusi minat mahasiswa yang tinggi dengan adanya layanan lokasi yang strategis yang dapat menunjang proses perkuliahan mahasiswa.

c. Pengaruh antara Harga dan Lokasi Pendidikan secara Bersama-sama terhadap Pemilihan Prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang

1) Analisis Regresi Berganda

- a) Menghitung persamaan b_1 , b_2 dan a dengan rumus:

$$\begin{aligned}\sum x_1^2 &= \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n} \\ &= 19920 - \frac{(794)^2}{32} \\ &= 19920 - 19701,1 \\ &= 218,9\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\sum x_2^2 &= \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n} \\ &= 22857 - \frac{(851)^2}{32}\end{aligned}$$

$$= 22857 - 22631,1$$

$$= 225,9$$

$$\Sigma y^2 = \Sigma y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n}$$

$$= 24242 - \frac{(878)^2}{32}$$

$$= 24242 - 24090,1$$

$$= 151,9$$

$$\Sigma x_1 y = \Sigma X_1 Y - \frac{(\Sigma X_1) \cdot (\Sigma Y)}{n}$$

$$= 21923 - \frac{(794)(878)}{32}$$

$$= 21923 - 21785,3$$

$$= 137,7$$

$$\Sigma x_2 y = \Sigma X_2 Y - \frac{(\Sigma X_2) \cdot (\Sigma Y)}{n}$$

$$= 23481 - \frac{(851)(878)}{32}$$

$$= 23481 - 23349,3$$

$$= 131,7$$

$$\Sigma x_1 x_2 = \Sigma X_1 X_2 - \frac{(\Sigma X_1) \cdot (\Sigma X_2)}{n}$$

$$= 21256 - \frac{(794)(851)}{32}$$

$$= 21256 - 21115,4$$

$$= 140,6$$

Diketahui

$$\sum x_1^2 = 218,9$$

$$\sum x_2^2 = 225,9$$

$$\sum y^2 = 151,9$$

$$\sum x_1 y = 137,7$$

$$\sum x_2 y = 131,7$$

$$\sum x_1 x_2 = 140,6$$

Maka persamaannya adalah sebagai berikut :

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2) \cdot (\sum x_1 y) - (\sum x_2 y) \cdot (\sum x_1 x_2)}{(\sum x_1^2) \cdot (\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$b_1 = \frac{(225,9) \cdot (137,7) - (131,7) \cdot (140,6)}{(218,9) \cdot (225,9) - (140,6)^2}$$

$$b_1 = \frac{31106,4 - 18517,02}{49449,5 - 19768,4}$$

$$b_1 = \frac{12589,4}{29681,1}$$

$$b_1 = 0,424$$

$$b_2 = \frac{(\sum x_1^2) \cdot (\sum x_2 y) - (\sum x_1 y) \cdot (\sum x_1 x_2)}{(\sum x_1^2) \cdot (\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(218,9) \cdot (131,7) - (137,7) \cdot (140,6)}{(218,9) \cdot (225,9) - (140,6)^2}$$

$$b_2 = \frac{28829,1 - 19360,6}{49449,5 - 19768,4}$$

$$b_2 = \frac{9468,5}{29681,1}$$

$$b_2 = 0,319$$

$$a = \frac{(\sum y) - (b_1 \cdot \sum X_1) - (b_2 \cdot \sum X_2)}{n}$$

$$a = \frac{(878) - (0,424 \cdot 794) - (0,319 \cdot 851)}{32}$$

$$a = \frac{269,875}{32}$$

$$a = 8,43$$

Maka persamaan regresi linear gandanya adalah

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

$$Y = 8,43 + 0,424 X_1 + 0,319 X_2$$

Dari persamaan garis regresi sederhana tersebut maka dapat diartikan bahwa:

\hat{Y} = variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas

$a = 8,43$ merupakan nilai konstanta, yang memiliki arti bahwa Minat mahasiswa (Y) akan konstan sebesar **8,43** satuan jika tidak ada pengaruh dari harga X_1 dan lokasi (X_2) secara bersamaan.

$b_1 = 0,424$ dan $b_2 = 0,319$ merupakan besarnya kontribusi variabel harga (X_1) dan variabel lokasi (X_2) mempengaruhi variabel Minat mahasiswa (Y). Koefisien b_1 sebesar 0,424 dengan tanda positif dan koefisien b_2 sebesar

0,319 dengan tanda positif pula, hasil tersebut berarti bahwa Minat mahasiswa (Y) akan berubah sebesar 0,424 dan 0,319 dengan sifat hubungan yang searah. Jika variabel harga (X) dan lokasi (X₂) berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka Minat mahasiswa (Y) akan naik sebesar 0,424 dan 0,319 satuan. Demikian juga sebaliknya, Jika variabel harga (X) dan lokasi (X₂) berubah atau mengalami penurunan sebesar 1 satuan, maka Minat mahasiswa akan turun sebesar 0,424 dan 0,319 satuan. Dari penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa apabila harga dan lokasi tidak memiliki nilai, maka diperkirakan Minat mahasiswa tersebut mendapatkan nilai 0,424 dan 0,319. Misalnya apabila nilai harga = 5 dan lokasi 5 maka nilai Minat mahasiswa 12,15 karena

$$\hat{Y} = 8,43 + 0,424(5) + 0,319(5)$$

= 8,43 + 2,12 + 1,60 = 12,15 disimpulkan bahwa semakin baik harga dan lokasi yang ada maka semakin baik pula Minat mahasiswa.

b) Uji F signifikansi

Sebelum mencari nilai F, maka ditentukan terlebih dahulu taraf signifikansinya (*level of significant*). Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 2 dan pembagi 30 (dari $N - 2 = 32 - 2$), maka diperoleh $F_{\text{tabel } 5\%}$ sebesar 3,32.

$$f \text{ hitung} = \frac{R^2 (n-m-1)}{m(1-R)^2}$$

n = jumlah responden

m = jumlah variabel bebas

$$f \text{ hitung} = \frac{R^2 (n-m-1)}{m(1-R)^2}$$

$$f \text{ hitung} = \frac{0,813^2 (32-2-1)}{2(1-0,813)^2}$$

$$f \text{ hitung} = \frac{18,151008}{0,642149862}$$

$$= 28,266$$

Jika perhitungan dibuktikan dengan program SPSS versi 16.0 hasilnya seperti di bawah ini:

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	100.381	2	50.191	28.266	.000 ^a
	Residual	51.494	29	1.776		
	Total	151.875	31			

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	100.381	2	50.191	28.266	.000 ^a
	Residual	51.494	29	1.776		
	Total	151.875	31			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Minat

Dalam penelitian ini, $F_{\text{tabel}} 5\% = 3,32$. Kemudian dimasukkan ke dalam kaidah pengujian signifikansi, yaitu $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka artinya signifikan tetapi $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ artinya tidak signifikan. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa $F_{\text{hitung}} = 28,266$ berarti signifikan artinya hipotesis diterima, karena $F_{\text{hitung}} = 28,266 > F_{\text{tabel}}(3,32)$ pada taraf signifikansi 5%.

2) Mencari koefisien korelasi ganda

Mencari korelasi antara X_1 , X_2 dan Y dengan menggunakan teknik korelasi ganda dengan rumus:

$$(R_{X_1, X_2, Y}) = \sqrt{\frac{b_1 \cdot \sum x_1 y + b_2 \cdot \sum x_2 y}{\sum y^2}}$$

Sehingga teknik korelasi ganda sebagai berikut:

$$(R_{X_1, X_2, Y}) = \sqrt{\frac{0,424 \times 137,7 + 0,319 \times 131,7}{151,9}}$$

$$\begin{aligned}
&= \sqrt{\frac{58,3848 + 42,0123}{151,9}} \\
&= \sqrt{\frac{100,3971}{151,9}} \\
&= \sqrt{0,661} \\
&= 0,813
\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan korelasi yang telah dilakukan, diperoleh koefisien korelasi $r_{xy} = 0,813$. Selanjutnya hasil perhitungan r_{xy} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N = 32$ dari taraf signifikansi 5% ($r_{tabel} = 0,813$) dengan kriteria pengujiannya adalah jika $r_{xy} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel. Berdasarkan perhitungan teknik korelasi diperoleh $r_{xy} > r_{tabel}$ ($0,813 > 0,361$). Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara harga (X_1) dan lokasi (X_2) secara bersama-sama terhadap Minat mahasiswa (Y) adalah signifikan.

Tabel 4.18 Koefisien Korelasi X_1 X_2 Y

N	R	r table	Kesimpulan
		5%	
32	0,813	0,361	Signifikan

Kemudian untuk mengetahui kuat atau lemahnya korelasi dua variabel yang telah tersebut di atas dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.19 Tingkat Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
0,80 – 0,1000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Sedang
0,20 – 0,399	Lemah
0,00 – 0,199	Sangat Lemah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tingkat korelasi harga dan lokasi secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa sebesar 0,813 dalam kategori “sangat kuat” karena terletak di atas interval 0,80 – 0,1000.

3) **Kontribusi antara Variabel X_1 , X_2 dan Variabel Y (R Square)**

Sumbangan efektif dari harga dan lokasi secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa dengan mencari koefisien determinasi (*R square*) terlebih dahulu dengan cara sebagai berikut:

Diketahui $r_{xy} = 0,813$

$$\begin{aligned}
 R &= \left(R_{X_1, X_2, Y} \right)^2 \cdot 100\% \\
 &= 0,813^2 \times 100\%
 \end{aligned}$$

$$= 0,661 \times 100 \%$$

$$= 66,1 \%$$

Jika perhitungan dibuktikan dengan program SPSS versi 16.0 hasilnya seperti di bawah ini:

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.813 ^a	.661	.638	1.333

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Minat

Pada tabel model summary, didapat $R = 0,813$ menunjukkan bahwa koefisien antara harga (X1) dan lokasi (X2) secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa (Y). Kemudian nilai *Adjusted R Square* = $R^2 = 0,638$. Jika diubah dalam bentuk persen adalah 63,8 % . Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi harga (X1) dan lokasi (X2) secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa (Y) 63,8 % dan sisanya sebesar 36,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Adapun kontribusi kontribusi harga (X1) dan lokasi (X2) secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa (Y) 63,8 % meliputi terjangkau biaya pendidikan per semester, bebas biaya gedung, biaya pascasarjana prodi MPI UIN Walisongo lebih murah dibanding universitas lain, tenaga pengajar yang

profesional, layanan perpustakaan, laboratorium dan wifi yang memadai lokasi pascasarjana prodi MPI UIN Walisongo yang terjangkau dekat dengan jalan raya dan terjangkau untuk melakukan registrasi, dekat dengan masjid, dekat dengan poliklinik, ruang perkuliahan yang nyaman sehingga menghasilkan kontribusi yang tinggi antara harga dan lokasi secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa sebesar 63,8 % dengan adanya layanan harga pendidikan yang terjangkau dan layanan lokasi yang strategis dapat menarik minat mahasiswa.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan yaitu dengan menggunakan angket (kuesioner) yang kemudian dianalisis data. Maka untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, dapat dikemukakan suatu hipotesis yaitu harga dan lokasi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa. Hal itu berarti hasil penelitian ini mendukung teori yang dijadikan kerangka dasar penelitian, sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Danang Sunyoto bahwa faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa meliputi *product, price, place, promotion*.¹ Persaingan antar perguruan tinggi sangatlah ketat, untuk menarik minat para calon mahasiswa agar memilih perguruan tinggi yang didambakan maka setiap

¹Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), hlm. 18.

perguruan tinggi memiliki strategi pemasaran yang tepat agar menarik minat para calon mahasiswa tersebut. Pada umumnya mahasiswa akan tertarik pada perguruan tinggi yang mempunyai beberapa faktor pemasaran yang diunggulkan seperti keterjangkauan harga atau lokasi yang strategis dan dekat dari segala kebutuhan perkuliahan.

Dari hasil perhitungan r_{xy} diformulasikan ke dalam hitungan persen (%) yang disebut R Square maka hasilnya Pengaruh Harga Pendidikan terhadap Pemilihan Prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang adalah 57% dan sisanya sebesar 43 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Pengaruh Lokasi Pendidikan terhadap Pemilihan Prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang sebesar 50,6 % dan sisanya sebesar 49,4 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain dan pengaruh antara harga dan lokasi pendidikan secara bersama-sama terhadap pemilihan prodi MPI di pascasarjana UIN Walisongo Semarang sebesar 63,8 % dan sisanya sebesar 36,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Jika melihat besarnya kontribusi harga dan lokasi pendidikan secara bersama-sama terhadap pemilihan prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang tersebut merupakan jumlah yang sangat kuat sekali, mungkin karena harga dan lokasi di prodi MPI Pascasarjana UIN Walisongo Semarang sudah dapat memuaskan minat mahasiswanya.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Syafa'ati yang berjudul "Pengaruh Produk, Biaya dan Lokasi Pendidikan terhadap

Citra Sekolah (Studi di SMK Telkom Terpadu AKN Marzuqi Selempung Dukuhseti Pati)” menunjukkan bahwa secara bersama-sama produk, biaya, lokasi pendidikan menyumbang nilai sebesar 45,4% dan sisanya sebesar 54,6% dipengaruhi variabel lain yang bukan menjadi fokus pembebasan dalam penelitian ini.²

Dari penelitian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwasanya Produk, Biaya dan Lokasi Pendidikan mempunyai pengaruh yang besar dalam meningkatkan Citra Sekolah. Dibandingkan dengan hasil kontribusi di atas, kontribusi harga dan lokasi pendidikan di Pascasarjana Prodi Manajemen Pendidikan Islam UIN Walisongo Semarang mendukung penelitian tersebut karena memiliki kontribusi yang sama-sama kuat baik terhadap minat mahasiswa.

D. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini pasti terjadi banyak kendala dan hambatan. Hal tersebut bukan karena faktor kesengajaan akan tetapi adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian.

1. Penelitian ini hanya dilakukan di prodi MPI Pascasarjana UIN Walisongo Semarang, peneliti mengambil sampel 32 mahasiswa. Oleh karena itu, hasil penelitian ini hanya berlaku untuk prodi MPI Pascasarjana UIN Walisongo Semarang.

²Syafa'ati (113311041), *Pengaruh Produk, Biaya dan Lokasi Pendidikan Terhadap Citra Sekolah (Studi di SMK Marzuqi Selempung Dukuhseti Pati)*, Semarang: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, 2015.

2. Peneliti juga hanya memfokuskan penelitiannya pada harga dan lokasi pendidikan terhadap minat memilih prodi MPI di pascasarjana UIN Walisongo Semarang.

Hambatan dan kendala tersebut tidak menyurutkan semangat peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini sampai pada proses penulisan laporan dalam bentuk skripsi. Syukur Alhamdulillah semuanya dapat berjalan dengan lancar dan berhasil dengan baik.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data hasil penelitian pengaruh harga pendidikan terhadap pemilihan prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang, selanjutnya akan disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh harga pendidikan terhadap minat memilih prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang yaitu 39,73. karena $F_{hitung} = 39,73 > F_{tabel}(4,17)$ pada taraf signifikansi 5%. dari analisis regresi sederhana sebelumnya diperoleh hasil bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa. Dari persamaan regresi dapat dianalisis bahwa $y = 11,83 + 0,629x$. Selanjutnya berdasarkan perhitungan *R square* yang telah dilakukan, diperoleh koefisien determinasi didapat $R = 0,755$ menunjukkan bahwa koefisien antara harga (X) dengan Minat mahasiswa (Y). kemudian nilai $R Square = R^2 = 0,570$ jika diubah dalam bentuk persen adalah 57 %, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi harga terhadap Minat mahasiswa sebesar 57% dan sisanya sebesar 43 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) yang berbunyi “Tidak Ada pengaruh signifikan antara harga pendidikan terhadap pemilihan prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang ditolak dan hipotesis nihil”, sedangkan (H_a) berbunyi “Ada pengaruh cukup signifikan antara harga pendidikan terhadap pemilihan prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang diterima”.
2. Pengaruh lokasi pendidikan terhadap minat memilih prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang yaitu 30,7 karena $F_{hitung} = 30,7 > F_{tabel}(4,17)$ pada taraf signifikansi 5% dari analisis regresi sederhana sebelumnya diperoleh hasil bahwa variabel lokasi berpengaruh cukup signifikan terhadap minat mahasiswa. Dari persamaan regresi dapat dianalisis bahwa $y = 11,93 + 0,583x$. Selanjutnya berdasarkan perhitungan *R square* yang telah dilakukan, diperoleh koefisien determinasi $R^2 = 0,506$ jika diubah dalam bentuk persen adalah 50,6 %. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi lokasi terhadap minat mahasiswa sebesar 50,6 % dan sisanya sebesar 49,4 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang bukan menjadi pembahasan dalam penelitian ini.

Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) yang berbunyi “Tidak ada pengaruh signifikan antara lokasi pendidikan terhadap pemilihan prodi MPI di

Pascasarjana UIN Walisongo Semarang ditolak dan hipotesis nihil”, sedangkan (Ha) berbunyi “Ada pengaruh cukup signifikan antara lokasi pendidikan terhadap pemilihan prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang diterima”.

3. Pengaruh harga dan lokasi pendidikan secara bersama-sama terhadap minat memilih prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang yaitu 28,266 karena $F_{hitung} = 28,266 > F_{tabel}(3,32)$ pada taraf signifikansi 5% dari analisis regresi berganda sebelumnya diperoleh hasil bahwa variabel $Y = 8,43 + 0,424 X_1 + 0,319 X_2$ disimpulkan bahwa semakin baik harga dan lokasi yang ada maka semakin baik pula Minat mahasiswa. Selanjutnya berdasarkan perhitungan *Adjusted R square* $R = 0,813$ menunjukkan bahwa koefisien antara harga (X1) dan lokasi (X2) secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa (Y) diperoleh nilai *Adjusted R Square* $= R^2 = 0,638$. Jika diubah dalam bentuk persen adalah 63,8 %. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi harga (X1) dan lokasi (X2) secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa (Y) 63,8 % dan sisanya sebesar 36,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kerja (Ho) yang berbunyi “Tidak ada pengaruh signifikan antara harga dan lokasi pendidikan secara bersama-sama terhadap pemilihan prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang ditolak dan hipotesis nihil”, sedangkan (Ha) berbunyi “Ada pengaruh positif signifikan antara harga dan lokasi pendidikan secara bersama-sama terhadap pemilihan prodi MPI di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang”.

B. Saran

Setelah mengadakan penelitian di Prodi MPI Pascasarjana UIN Walisongo Semarang tentang pengaruh yang signifikan antara harga dan lokasi pendidikan terhadap pemilihan prodi MPI, maka penulis menyarankan untuk:

1. Pihak Kampus Pascasarjana UIN Walisongo disarankan lebih memperbaiki layanan registrasi bagi mahasiswa agar tidak menurunkan minat mahasiswa karena harga pendidikan yang ditawarkan sudah terjangkau.
2. Pihak Kampus Pascasarjana UIN Walisongo Semarang disarankan kedepannya lokasi gedung yang berpindah-pindah dapat ditetapkan di satu lokasi agar

mahasiswa maupun mahasiswi yang menjalankan perkuliahan di MPI Pascasarjana UIN Walisongo Semarang dapat memanfaatkan dengan baik perkuliahan yang ada.

3. Pihak Kampus Pascasarjana UIN Walisongo Semarang khususnya Prodi MPI disarankan lebih meningkatkan promosi dengan memanfaatkan harga pendidikan yang terjangkau dan lokasi kampus yang strategis untuk lebih menarik minat mahasiswa.

C. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Hal tersebut semata-mata bukan kesengajaan, akan tetapi keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan hasil yang telah didapat.

Penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memotivasi, penulis memohon doa, petunjuk dan bimbingan dari Allah SWT. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Wahab, 2004, *Psikologi Suatu Pengantar (dalam Perspektif Islam)*, Jakarta: Kencana.
- Amos Noelaka, 2014, *metode: Penelitian dan Statistik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Amri Darwis, 2014, *Metode Penelitian Pendidikan Islam; Pengembangan Ilmu Berparadigma Islami*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Anas Sudijono, 2009, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Anas Sudijono, 2010, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta: Rajawali Pers
- Berlian Aminati Suraya Putri, 2012, *Pengaruh Bauran PemasaranKepuasan Pelanggan (Studi Kasus di Toko Dannis Collection Pati)*, Semarang: Fakultas Syari'ah.
- Buchari Alma dan Ratih Hurryati, 2008, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, Bandung: Alfabeta.
- Danang Sunyoto, 2014, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus*, Yogyakarta: CAPS.
- Departemen Agama RI, 2007, *Al - Qur'an dan Terjemahan*, Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsir AlQur'an Bandung: CV Haekal Media Centre.
- Eddy soeryanto soegoto, 2008, *Membangun Sinegritas Kinerja Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta*, Yogyakarta: Gava Media.
- Fatkuroji, 2015, *Desain Model Manajemen Pemasaran Berbasis Layanan Jasa Pada MTs Swasta Se-Kota Semarang*, Jurnal Pendidikan Islam.
- Ferdinand dan Rian Pramono, 2002, *Analisis Pengaruh Biaya Kompetitif, Desain Produk, dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha*, Jurnal Diponegoro Business Review
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, 2016, *Principles of Marketing*, Pearson Educated Limited, England.
- Philip Kotler, 2011, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat.
- Rambat Lupiyoadi dan A Hamdani, 2009, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, 2010, *Statistik untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2014, *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D et-21*, Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Suharismi Arikunto, 2010, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Souar Youcev, 2015, *The Impact of Marketing Mix Elements on Customer Loyalty For an Alegrian Telecommunication Company*, Expert Journal of Marketing.
- Swastha Basu, 2004, *Pengantar Bisnis Modern*, Jakarta: Salemba Empat.
- Syafa'ati, 2015, *Pengaruh Produk, Biaya dan Lokasi Pendidikan Terhadap Citra Sekolah (Studi di SMK Marzuqi Selempung Dukuhseti Pati)*, Semarang: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.

Lampiran 1

TABEL DISTRIBUSI r

n	Taraf Signifikan		n	Taraf Signifikan		n	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	10	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	12	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	15	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	17	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	20	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	30	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	40	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	50	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	60	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			

Lampiran 2

TABEL DISTRIBUSI F

Penyebut	Vi = dk pembilang																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	∞	
1	161 4,052	200 4,999	216 5,403	225 5,625	230 5,764	234 5,859	237 5,928	239 5,981	241 6,022	242 6,056	243 6,082	244 6,106	245 6,142	246 6,169	248 6,208	249 6,234	250 6,258	251 6,286	252 6,302	253 6,323	254 6,334	254 6,352	254 6,361	254 6,366	
2	18,51 98,49	19,00 99,00	19,16 99,17	19,25 99,25	19,30 99,30	19,33 99,33	19,36 99,34	19,37 99,36	19,38 99,38	19,39 99,40	19,4 99,41	19,41 99,42	19,42 99,43	19,43 99,44	19,44 99,45	19,45 99,46	19,46 99,47	19,47 99,48	19,47 99,48	19,48 99,49	19,49 99,49	19,49 99,49	19,50 99,50	19,50 99,50	
3	10,13 34,12	9,55 30,81	9,28 29,46	9,12 28,71	9,01 28,24	8,94 27,91	8,88 27,67	8,84 27,49	8,81 27,34	8,78 27,23	8,76 27,13	8,74 27,06	8,71 26,92	8,69 26,83	8,66 26,69	8,64 26,60	8,62 26,50	8,60 26,41	8,58 26,35	8,57 26,27	8,56 26,23	8,54 26,18	8,54 26,14	8,53 26,12	
4	7,71 21,20	6,94 18,00	6,59 16,69	6,39 15,98	6,26 15,52	6,16 15,21	6,09 14,98	6,04 14,80	6,00 14,66	5,96 14,54	5,93 14,45	5,91 14,37	5,87 14,24	5,84 14,15	5,80 14,02	5,77 13,93	5,74 13,83	5,71 13,74	5,70 13,69	5,68 13,61	5,66 13,57	5,65 13,52	5,64 13,48	5,63 13,46	
5	6,61 16,26	5,79 13,27	5,41 12,06	5,19 11,39	5,05 10,97	4,95 10,67	4,88 10,45	4,82 10,27	4,78 10,15	4,74 10,05	4,70 9,96	4,68 9,89	4,64 9,77	4,60 9,68	4,56 9,55	4,53 9,47	4,50 9,38	4,46 9,29	4,44 9,24	4,42 9,17	4,40 9,13	4,38 9,07	4,37 9,04	4,36 9,02	
6	5,99 13,74	5,14 10,92	4,76 9,78	4,53 9,15	4,39 8,75	4,28 8,47	4,21 8,26	4,15 8,10	4,10 7,98	4,06 7,87	4,03 7,79	4,00 7,72	3,96 7,60	3,92 7,52	3,87 7,39	3,84 7,31	3,81 7,23	3,77 7,14	3,75 7,09	3,72 7,02	3,71 6,99	3,69 6,94	3,68 6,90	3,67 6,88	
7	5,59 12,25	4,74 9,55	4,35 8,45	4,14 7,85	3,97 7,46	3,87 7,00	3,79 6,84	3,73 6,71	3,68 6,62	3,63 6,54	3,60 6,47	3,57 6,35	3,51 6,27	3,49 6,15	3,44 6,07	3,41 5,98	3,38 5,90	3,34 5,85	3,32 5,78	3,29 5,75	3,28 5,70	3,25 5,67	3,24 5,67	3,23 5,65	
8	5,32 11,26	4,46 8,65	4,07 7,59	3,84 7,01	3,69 6,63	3,58 6,37	3,50 6,19	3,44 6,03	3,39 5,91	3,34 5,82	3,31 5,74	3,28 5,67	3,23 5,56	3,20 5,48	3,15 5,36	3,12 5,28	3,08 5,20	3,05 5,11	3,03 5,06	3,00 5,00	2,98 4,96	2,96 4,91	2,94 4,88	2,93 4,86	
9	5,12 10,56	4,26 8,02	3,86 6,99	3,63 6,42	3,48 6,06	3,37 5,80	3,29 5,62	3,23 5,47	3,18 5,35	3,13 5,26	3,10 5,18	3,07 5,11	3,02 5,00	2,98 4,92	2,93 4,80	2,90 4,73	2,86 4,64	2,82 4,56	2,80 4,51	2,77 4,45	2,76 4,41	2,73 4,36	2,72 4,33	2,71 4,31	
10	4,96 10,04	4,10 7,56	3,71 6,55	3,48 5,99	3,33 5,64	3,22 5,39	3,14 5,21	3,07 5,06	3,02 4,95	2,97 4,85	2,94 4,78	2,91 4,71	2,86 4,60	2,82 4,52	2,77 4,41	2,74 4,33	2,70 4,25	2,67 4,17	2,64 4,12	2,61 4,05	2,59 4,01	2,56 3,96	2,55 3,93	2,54 3,91	
11	4,84 9,65	3,98 7,20	3,59 6,22	3,36 5,67	3,20 5,32	3,09 5,07	3,01 4,88	2,95 4,74	2,90 4,63	2,86 4,54	2,82 4,46	2,79 4,40	2,74 4,29	2,70 4,21	2,65 4,10	2,61 4,02	2,57 3,94	2,53 3,86	2,50 3,80	2,47 3,74	2,45 3,70	2,42 3,65	2,41 3,62	2,40 3,60	

Periyebut	V ₁ = dk pembilang																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	0
12	4,75	3,88	3,49	3,26	3,11	3,00	2,92	2,85	2,80	2,76	2,72	2,69	2,64	2,60	2,54	2,50	2,46	2,42	2,40	2,36	2,35	2,32	2,31	2,30
	9,33	6,93	5,95	5,41	5,06	4,82	4,65	4,50	4,39	4,30	4,22	4,16	4,05	3,98	3,86	3,78	3,70	3,61	3,56	3,49	3,46	3,41	3,38	3,36
13	4,67	3,80	3,41	3,18	3,02	2,92	2,84	2,77	2,72	2,67	2,63	2,60	2,55	2,51	2,46	2,42	2,38	2,34	2,32	2,28	2,26	2,24	2,22	2,21
	9,07	6,71	5,74	5,20	4,86	4,62	4,44	4,30	4,19	4,10	4,02	3,96	3,85	3,78	3,67	3,59	3,51	3,42	3,37	3,30	3,27	3,21	3,18	3,16
14	4,60	3,74	3,34	3,11	2,96	2,85	2,77	2,70	2,65	2,60	2,56	2,53	2,48	2,44	2,39	2,35	2,31	2,27	2,24	2,21	2,19	2,16	2,14	2,13
	8,86	6,51	5,56	5,03	4,69	4,46	4,28	4,14	4,03	3,94	3,86	3,80	3,70	3,62	3,51	3,43	3,34	3,26	3,21	3,14	3,11	3,06	3,02	3,00
15	4,54	3,68	3,29	3,06	2,90	2,79	2,70	2,64	2,59	2,55	2,51	2,48	2,43	2,39	2,33	2,29	2,25	2,21	2,18	2,15	2,12	2,10	2,08	2,07
	8,68	6,36	5,42	4,89	4,56	4,32	4,14	4,00	3,89	3,80	3,73	3,67	3,56	3,48	3,36	3,29	3,20	3,12	3,07	3,00	2,97	2,92	2,89	2,87
16	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	2,74	2,66	2,59	2,54	2,49	2,45	2,42	2,37	2,33	2,28	2,24	2,20	2,16	2,13	2,09	2,07	2,04	2,02	2,01
	8,53	6,23	5,29	4,77	4,44	4,20	4,03	3,89	3,78	3,69	3,61	3,55	3,45	3,37	3,25	3,18	3,10	3,01	2,96	2,89	2,86	2,80	2,77	2,75
17	4,45	3,59	3,20	2,96	2,81	2,70	2,62	2,55	2,50	2,45	2,41	2,38	2,33	2,29	2,23	2,19	2,15	2,11	2,08	2,04	2,02	1,99	1,97	1,96
	8,40	6,11	5,18	4,67	4,34	4,10	3,93	3,79	3,68	3,59	3,52	3,45	3,35	3,27	3,16	3,08	3,00	2,92	2,86	2,79	2,76	2,70	2,67	2,65
18	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	2,66	2,58	2,51	2,46	2,41	2,37	2,34	2,29	2,25	2,19	2,15	2,11	2,07	2,04	2,00	1,98	1,95	1,93	1,92
	8,28	6,01	5,08	4,58	4,25	4,01	3,85	3,71	3,60	3,51	3,44	3,37	3,27	3,19	3,07	3,00	2,91	2,83	2,78	2,71	2,68	2,62	2,59	2,57
19	4,38	3,52	3,13	2,90	2,74	2,63	2,55	2,48	2,43	2,38	2,34	2,31	2,26	2,21	2,15	2,11	2,07	2,02	2,00	1,96	1,94	1,91	1,90	1,88
	8,18	5,93	5,01	4,50	4,17	3,94	3,77	3,63	3,52	3,43	3,36	3,30	3,19	3,12	3,00	2,92	2,84	2,76	2,70	2,63	2,60	2,54	2,51	2,49
20	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,52	2,45	2,40	2,35	2,31	2,28	2,23	2,18	2,12	2,08	2,04	1,99	1,96	1,92	1,90	1,87	1,85	1,84
	8,10	5,85	4,94	4,43	4,1	3,87	3,71	3,56	3,45	3,37	3,30	3,23	3,13	3,05	2,94	2,86	2,77	2,69	2,63	2,56	2,53	2,47	2,44	2,42
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	2,57	2,49	2,42	2,37	2,32	2,28	2,25	2,20	2,15	2,09	2,05	2,00	1,96	1,93	1,89	1,87	1,84	1,82	1,81
	8,02	5,78	4,87	4,37	4,04	3,81	3,65	3,51	3,40	3,31	3,24	3,17	3,07	2,99	2,88	2,80	2,72	2,63	2,58	2,51	2,47	2,42	2,38	2,36
22	4,30	3,44	3,05	2,82	2,66	2,55	2,47	2,40	2,35	2,30	2,26	2,23	2,18	2,13	2,07	2,03	1,98	1,93	1,91	1,87	1,84	1,81	1,80	1,78
	7,94	5,72	4,82	4,31	3,99	3,76	3,59	3,45	3,35	3,26	3,18	3,12	3,02	2,94	2,83	2,75	2,67	2,58	2,53	2,46	2,42	2,37	2,33	2,31
23	4,28	3,42	3,03	2,80	2,64	2,53	2,45	2,38	2,32	2,28	2,24	2,20	2,14	2,10	2,04	2,00	1,96	1,91	1,88	1,84	1,82	1,79	1,77	1,76
	7,88	5,66	4,76	4,26	3,94	3,71	3,54	3,41	3,30	3,21	3,14	3,07	2,97	2,89	2,78	2,70	2,62	2,53	2,48	2,41	2,37	2,32	2,28	2,26
24	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62	2,51	2,43	2,36	2,30	2,26	2,22	2,18	2,13	2,08	2,02	1,98	1,94	1,89	1,86	1,82	1,80	1,76	1,74	1,73
	7,82	5,61	4,72	4,22	3,90	3,67	3,50	3,36	3,25	3,17	3,09	3,03	2,93	2,85	2,74	2,66	2,58	2,49	2,44	2,36	2,33	2,27	2,23	2,21

Penyebut	V ₁ = dk pembilang																									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	0		
25	4,24	3,98	2,99	2,76	2,60	2,49	2,41	2,34	2,28	2,24	2,20	2,16	2,11	2,06	2,00	1,96	1,92	1,87	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72	1,71		
	7,77	5,57	4,68	4,18	3,86	3,63	3,46	3,32	3,21	3,13	3,05	2,99	2,89	2,81	2,70	2,62	2,54	2,45	2,40	2,32	2,29	2,23	2,19	2,17		
26	4,22	3,37	2,98	2,74	2,59	2,47	2,39	2,32	2,27	2,22	2,18	2,15	2,10	2,05	1,99	1,95	1,90	1,85	1,82	1,78	1,76	1,72	1,70	1,69		
	7,72	5,53	4,64	4,14	3,82	3,59	3,42	3,29	3,17	3,09	3,02	2,96	2,86	2,77	2,66	2,58	2,50	2,41	2,36	2,28	2,25	2,19	2,15	2,13		
27	4,21	3,35	2,96	2,73	2,57	2,46	2,37	2,30	2,25	2,20	2,16	2,13	2,08	2,03	1,97	1,93	1,88	1,84	1,80	1,76	1,74	1,71	1,68	1,67		
	7,68	5,49	4,60	4,11	3,79	3,56	3,39	3,26	3,14	3,06	2,98	2,93	2,83	2,74	2,63	2,55	2,47	2,38	2,33	2,25	2,21	2,16	2,12	2,10		
28	4,20	3,34	2,95	2,71	2,56	2,44	2,36	2,29	2,24	2,19	2,15	2,12	2,06	2,02	1,96	1,91	1,87	1,81	1,78	1,75	1,72	1,69	1,67	1,65		
	7,64	5,45	4,57	4,07	3,76	3,53	3,36	3,23	3,11	3,03	2,95	2,90	2,80	2,71	2,60	2,52	2,44	2,35	2,30	2,22	2,18	2,13	2,09	2,06		
29	4,18	3,33	2,93	2,70	2,54	2,43	2,35	2,28	2,22	2,18	2,14	2,10	2,05	2,00	1,94	1,90	1,85	1,80	1,77	1,73	1,71	1,68	1,65	1,64		
	7,60	5,42	4,54	4,04	3,73	3,50	3,33	3,20	3,08	3,00	2,92	2,87	2,77	2,68	2,57	2,49	2,41	2,32	2,27	2,19	2,15	2,10	2,06	2,03		
30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53	2,42	2,34	2,27	2,21	2,16	2,12	2,09	2,04	1,99	1,93	1,89	1,84	1,79	1,76	1,72	1,69	1,66	1,64	1,62		
	7,56	5,39	4,51	4,02	3,70	3,47	3,30	3,17	3,06	2,98	2,90	2,84	2,74	2,66	2,55	2,47	2,38	2,29	2,24	2,16	2,13	2,07	2,03	2,01		
32	4,15	3,30	2,90	2,67	2,51	2,40	2,32	2,25	2,19	2,14	2,10	2,07	2,02	1,97	1,91	1,86	1,82	1,76	1,74	1,69	1,67	1,64	1,61	1,59		
	7,50	5,34	4,46	3,97	3,66	3,42	3,25	3,12	3,01	2,94	2,86	2,80	2,70	2,62	2,51	2,42	2,34	2,25	2,20	2,12	2,08	2,02	1,98	1,96		
34	4,13	3,28	2,88	2,65	2,49	2,38	2,30	2,23	2,17	2,12	2,08	2,05	2,00	1,95	1,89	1,84	1,80	1,74	1,71	1,67	1,64	1,61	1,59	1,57		
	7,44	5,29	4,42	3,93	3,61	3,38	3,21	3,08	2,97	2,89	2,82	2,76	2,66	2,58	2,47	2,38	2,30	2,21	2,15	2,08	2,04	1,98	1,94	1,91		
36	4,11	3,26	2,86	2,63	2,48	2,36	2,28	2,21	2,15	2,10	2,06	2,03	1,98	1,93	1,87	1,82	1,78	1,72	1,69	1,65	1,62	1,59	1,56	1,55		
	7,39	5,25	4,38	3,89	3,58	3,35	3,18	3,04	2,94	2,86	2,78	2,72	2,62	2,54	2,43	2,35	2,26	2,17	2,12	2,04	2,00	1,94	1,9	1,87		
38	4,10	3,25	2,85	2,62	2,46	2,35	2,26	2,19	2,14	2,09	2,05	2,02	1,96	1,92	1,85	1,80	1,76	1,71	1,67	1,63	1,6	1,57	1,54	1,53		
	7,35	5,21	4,34	3,86	3,54	3,32	3,15	3,02	2,91	2,82	2,75	2,69	2,59	2,51	2,40	2,32	2,22	2,14	2,08	2,00	1,97	1,90	1,86	1,84		
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45	2,34	2,25	2,18	2,12	2,07	2,04	2,00	1,95	1,90	1,84	1,79	1,74	1,69	1,66	1,61	1,59	1,55	1,53	1,51		
	7,31	5,18	4,31	3,83	3,51	3,29	3,12	2,99	2,88	2,80	2,73	2,66	2,56	2,49	2,37	2,29	2,20	2,11	2,05	1,97	1,94	1,88	1,84	1,81		
42	4,07	3,22	2,83	2,59	2,44	2,32	2,24	2,17	2,11	2,06	2,02	1,99	1,94	1,89	1,82	1,78	1,73	1,68	1,64	1,6	1,57	1,54	1,51	1,49		
	7,27	5,15	4,29	3,80	3,49	3,26	3,10	2,96	2,86	2,77	2,70	2,64	2,54	2,46	2,35	2,26	2,17	2,08	2,02	1,94	1,91	1,85	1,80	1,78		
44	4,06	3,21	2,82	2,58	2,43	2,31	2,23	2,16	2,10	2,05	2,01	1,98	1,92	1,88	1,81	1,76	1,72	1,66	1,63	1,58	1,56	1,52	1,50	1,48		
	7,24	5,12	4,26	3,78	3,46	3,24	3,07	2,94	2,84	2,75	2,68	2,62	2,52	2,44	2,32	2,24	2,15	2,06	2,00	1,92	1,88	1,82	1,78	1,75		
46	4,05	3,20	2,81	2,57	2,42	2,30	2,22	2,14	2,09	2,04	2,00	1,97	1,91	1,87	1,80	1,75	1,71	1,65	1,62	1,57	1,54	1,51	1,48	1,46		
	7,21	5,10	4,24	3,76	3,44	3,22	3,05	2,92	2,82	2,73	2,66	2,60	2,50	2,42	2,30	2,22	2,13	2,04	1,98	1,90	1,86	1,80	1,76	1,72		

Penyebut	$V_1 = dk$ pembilang																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	0
48	4,04	3,19	2,80	2,56	2,41	2,30	2,21	2,14	2,08	2,03	1,99	1,96	1,90	1,86	1,79	1,74	1,70	1,64	1,61	1,56	1,53	1,50	1,47	1,45
	7,19	5,08	4,22	3,74	3,42	3,20	3,04	2,90	2,80	2,71	2,64	2,58	2,48	2,40	2,28	2,20	2,11	2,02	1,96	1,88	1,84	1,78	1,73	1,70
50	4,03	3,18	2,79	2,56	2,40	2,29	2,20	2,13	2,07	2,02	1,98	1,95	1,90	1,85	1,78	1,74	1,69	1,63	1,60	1,55	1,52	1,48	1,46	1,44
	7,17	5,06	4,20	3,72	3,41	3,18	3,02	2,88	2,78	2,70	2,62	2,56	2,46	2,39	2,26	2,18	2,10	2,00	1,94	1,86	1,82	1,76	1,71	1,68
55	4,02	3,17	2,78	2,54	2,38	2,27	2,18	2,11	2,05	2,00	1,97	1,93	1,88	1,83	1,76	1,72	1,67	1,61	1,58	1,52	1,50	1,46	1,43	1,41
	7,12	5,01	4,16	3,68	3,37	3,15	2,98	2,85	2,75	2,66	2,59	2,53	2,43	2,35	2,23	2,15	2,06	1,96	1,90	1,82	1,78	1,71	1,66	1,64
60	4,00	3,15	2,76	2,52	2,37	2,25	2,17	2,10	2,04	1,99	1,95	1,92	1,86	1,81	1,75	1,70	1,65	1,59	1,56	1,50	1,48	1,44	1,41	1,39
	7,08	4,98	4,13	3,65	3,34	3,12	2,95	2,82	2,72	2,63	2,56	2,50	2,40	2,32	2,20	2,12	2,03	1,93	1,87	1,79	1,74	1,68	1,63	1,60
65	3,99	3,14	2,75	2,51	2,36	2,24	2,15	2,08	2,02	1,98	1,94	1,90	1,85	1,80	1,73	1,68	1,63	1,57	1,54	1,49	1,46	1,42	1,39	1,37
	7,04	4,95	4,10	3,62	3,31	3,09	2,93	2,79	2,70	2,61	2,54	2,47	2,37	2,30	2,18	2,09	2,00	1,90	1,84	1,76	1,71	1,64	1,60	1,56
70	3,98	3,13	2,74	2,50	2,35	2,23	2,14	2,07	2,01	1,97	1,93	1,89	1,84	1,79	1,72	1,67	1,62	1,56	1,53	1,47	1,45	1,40	1,37	1,35
	7,01	2,92	4,08	3,60	3,29	3,07	2,91	2,77	2,67	2,59	2,51	2,45	2,35	2,28	2,15	2,07	1,98	1,88	1,82	1,74	1,69	1,62	1,56	1,53
80	3,96	3,11	2,72	2,48	2,33	2,21	2,12	2,05	1,99	1,95	1,91	1,88	1,82	1,77	1,70	1,65	1,60	1,54	1,51	1,45	1,42	1,38	1,35	1,32
	6,96	4,88	4,04	3,56	3,25	3,04	2,87	2,74	2,64	2,55	2,48	2,41	2,32	2,24	2,11	2,03	1,94	1,84	1,78	1,70	1,65	1,57	1,52	1,49
100	3,94	3,09	2,70	2,46	2,30	2,19	2,10	2,03	1,97	1,92	1,88	1,85	1,79	1,75	1,68	1,63	1,57	1,51	1,48	1,42	1,39	1,34	1,30	1,28
	6,90	4,82	3,98	3,51	3,20	2,99	2,82	2,69	2,59	2,51	2,43	2,36	2,26	2,19	2,06	1,98	1,89	1,79	1,73	1,64	1,59	1,51	1,46	1,43
125	3,92	3,07	2,68	2,44	2,29	2,17	2,08	2,01	1,95	1,90	1,86	1,83	1,77	1,72	1,65	1,60	1,55	1,49	1,45	1,39	1,36	1,31	1,27	1,25
	6,84	4,78	3,94	3,47	3,17	2,95	2,79	2,65	2,56	2,47	2,40	2,33	2,23	2,15	2,03	1,94	1,85	1,75	1,68	1,59	1,54	1,46	1,40	1,37
150	3,91	3,06	2,67	2,43	2,27	2,16	2,07	2,00	1,94	1,89	1,85	1,82	1,76	1,71	1,64	1,59	1,54	1,47	1,44	1,37	1,34	1,29	1,25	1,22
	6,81	4,75	3,91	3,44	3,14	2,92	2,76	2,62	2,53	2,44	2,37	2,30	2,2	2,12	2,00	1,91	1,83	1,72	1,66	1,56	1,51	1,43	1,37	1,33
200	3,89	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,8	1,74	1,69	1,62	1,57	1,52	1,45	1,42	1,35	1,32	1,26	1,22	1,19
	6,76	4,71	3,88	3,41	3,11	2,9	2,73	2,60	2,50	2,41	2,34	2,28	2,17	2,09	1,97	1,88	1,79	1,69	1,62	1,53	1,48	1,39	1,33	1,28
400	3,86	3,02	2,62	2,39	2,23	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,78	1,72	1,67	1,60	1,54	1,49	1,42	1,38	1,32	1,28	1,22	1,16	1,13
	6,70	4,66	3,83	3,36	3,06	2,85	2,69	2,55	2,46	2,37	2,29	2,23	2,12	2,04	1,92	1,84	1,74	1,64	1,57	1,47	1,42	1,32	1,24	1,19
1000	3,85	3,00	2,61	2,38	2,22	2,10	2,02	1,95	1,89	1,84	1,80	1,76	1,70	1,65	1,58	1,53	1,47	1,41	1,36	1,30	1,26	1,19	1,13	1,08
	6,66	4,62	3,80	3,34	3,04	2,82	2,66	2,53	2,43	2,34	2,26	2,20	2,09	2,01	1,89	1,81	1,71	1,61	1,54	1,44	1,38	1,28	1,19	1,11
?	3,84	2,99	2,60	2,37	2,21	2,09	2,01	1,94	1,88	1,83	1,79	1,75	1,69	1,64	1,57	1,52	1,46	1,40	1,35	1,28	1,24	1,17	1,11	1,00
	6,64	4,60	3,78	3,32	3,02	2,80	2,64	2,51	2,41	2,32	2,24	2,18	2,07	1,99	1,87	1,79	1,69	1,59	1,52	1,41	1,36	1,25	1,15	1,00

Lampiran 3

NILAI – NILAI DALAM DISTRIBUSI t

α untuk uji dua pihak (two tail test)						
0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	
α untuk uji satu pihak (one tail test)						
Dk	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,659
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	0,692	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,691	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,690	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	0,689	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,688	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878
19	0,687	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763

29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
120	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617
∞	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576

Lampiran 4

Uji validitas harga X1

	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	Total
R1 Pearson Correlation	1	.154	.488**	-.098	.031	.053	.169	-.282	.320
Sig. (2-tailed)		.399	.005	.592	.868	.774	.355	.118	.074
N	32	32	32	32	32	32	32	32	32
R2 Pearson Correlation	.154	1	.064	.248	.410*	.509**	.513**	.071	.687**
Sig. (2-tailed)	.399		.727	.172	.020	.003	.003	.701	.000
N	32	32	32	32	32	32	32	32	32
R3 Pearson Correlation	.488**	.064	1	.174	.427*	-.077	.165	.073	.494**
Sig. (2-tailed)	.005	.727		.340	.015	.676	.367	.692	.004
N	32	32	32	32	32	32	32	32	32
R4 Pearson Correlation	-.098	.248	.174	1	.271	.392*	.421*	.378*	.633**
Sig. (2-tailed)	.592	.172	.340		.133	.027	.016	.033	.000
N	32	32	32	32	32	32	32	32	32
R5 Pearson Correlation	.031	.410*	.427*	.271	1	-.064	.292	.353*	.586**
Sig. (2-tailed)	.868	.020	.015	.133		.728	.105	.048	.000
N	32	32	32	32	32	32	32	32	32

R6	Pearson Correlation	.053	.509**	-.077	.392*	-.064	1	.397*	.278	.596**
	Sig. (2-tailed)	.774	.003	.676	.027	.728		.025	.123	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32
R7	Pearson Correlation	.169	.513**	.165	.421*	.292	.397*	1	-.012	.679**
	Sig. (2-tailed)	.355	.003	.367	.016	.105	.025		.946	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32
R8	Pearson Correlation	-.282	.071	.073	.378*	.353*	.278	-.012	1	.424*
	Sig. (2-tailed)	.118	.701	.692	.033	.048	.123	.946		.016
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Total	Pearson Correlation	.320	.687**	.494**	.633**	.586*	.596**	.679**	.424*	1
	Sig. (2-tailed)	.074	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.016	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 5

Uji validitas lokasi X2

	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	Total
R1 Pearson Correlation	1	.213	.090	.138	.017	-.065	-.253	.173	.012	.228
Sig. (2-tailed)		.241	.625	.460	.928	.725	.163	.344	.950	.210
N	32	32	32	31	32	32	32	32	32	32
R2 Pearson Correlation	.213	1	.108	.386*	.411*	.194	.005	.465*	.316	.544**
Sig. (2-tailed)	.241		.556	.032	.019	.288	.977	.007	.078	.001
N	32	32	32	31	32	32	32	32	32	32
R3 Pearson Correlation	.090	.108	1	.030	.531**	.295	-.008	.213	.371*	.622**
Sig. (2-tailed)	.625	.556		.872	.002	.101	.967	.243	.036	.000
N	32	32	32	31	32	32	32	32	32	32
R4 Pearson Correlation	.138	.386*	.030	1	.369*	.148	.182	.099	.113	.490**
Sig. (2-tailed)	.460	.032	.872		.041	.428	.327	.596	.544	.005
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
R5 Pearson Correlation	.017	.411*	.531**	.369*	1	.244	.199	.410*	.265	.794**
Sig. (2-tailed)	.928	.019	.002	.041		.178	.275	.020	.142	.000
N	32	32	32	31	32	32	32	32	32	32

R6	Pearson Correlation	-	.194	.295	.148	.244	1	.043	.080	.332	.483**
	Sig. (2-tailed)	.725	.288	.101	.428	.178		.817	.663	.063	.005
	N	32	32	32	31	32	32	32	32	32	32
R7	Pearson Correlation	-	.005	-.008	.182	.199	.043	1	.178	.310	.311
	Sig. (2-tailed)	.253	.977	.967	.327	.275	.817		.331	.084	.083
	N	32	32	32	31	32	32	32	32	32	32
R8	Pearson Correlation	.173	.465*	.213	.099	.410*	.080	.178	1	.411*	.609**
	Sig. (2-tailed)	.344	.007	.243	.596	.020	.663	.331		.020	.000
	N	32	32	32	31	32	32	32	32	32	32
R9	Pearson Correlation	.012	.316	.371*	.113	.265	.332	.310	.411*	1	.570**
	Sig. (2-tailed)	.950	.078	.036	.544	.142	.063	.084	.020		.001
	N	32	32	32	31	32	32	32	32	32	32
Tot	Pearson		.544*	.622**	.490*	.794**	.483**	.311	.609*	.570*	1
al	Correlation	.228									
	Sig. (2-tailed)	.210	.001	.000	.005	.000	.005	.083	.000	.001	
	N	32	32	32	31	32	32	32	32	32	32

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 6

Uji validitas minat Y

	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	Total
R1 Pearson Correlation	1	.302	.290	-.101	.000	.085	-.194	.247	.347	.515**
Sig. (2-tailed)		.093	.108	.583	1.000	.643	.288	.173	.051	.003
N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
R2 Pearson Correlation	.302	1	.235	.513**	.142	.064	-.124	.135	.170	.589**
Sig. (2-tailed)	.093		.195	.003	.437	.727	.498	.461	.351	.000
N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
R3 Pearson Correlation	.290	.235	1	.060	.205	.315	.116	.060	.371*	.715**
Sig. (2-tailed)	.108	.195		.743	.261	.080	.528	.743	.037	.000
N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
R4 Pearson Correlation	-.101	.513*	.060	1	.000	-.039	-.124	.135	.170	.363*
Sig. (2-tailed)	.583	.003	.743		1.000	.834	.498	.461	.351	.041
N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
R5 Pearson Correlation	.000	.142	.205	.000	1	.120	-.137	.175	.000	.331
Sig. (2-tailed)	1.000	.437	.261	1.000		.512	.455	.339	1.000	.064
N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

R6	Pearson Correlation	.085	.064	.315	-.039	.120	1	.124	-.142	.192	.473**
	Sig. (2-tailed)	.643	.727	.080	.834	.512		.500	.439	.292	.006
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
R7	Pearson Correlation	-.194	-.124	.116	-.124	-.137	.124	1	.045	-.008	.180
	Sig. (2-tailed)	.288	.498	.528	.498	.455	.500		.807	.964	.323
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
R8	Pearson Correlation	.247	.135	.060	.135	.175	-.142	.045	1	-.188	.310
	Sig. (2-tailed)	.173	.461	.743	.461	.339	.439	.807		.304	.084
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
R9	Pearson Correlation	.347	.170	.371*	.170	.000	.192	-.008	-.188	1	.515**
	Sig. (2-tailed)	.051	.351	.037	.351	1.000	.292	.964	.304		.003
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Tot al	Pearson Correlation	.515*	.589*	.715**	.363*	.331	.473*	.180	.310	.515*	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.041	.064	.006	.323	.084	.003	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 7

Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	9

Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	10

Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.683	10

Lampiran 8

Assalamualaikum Wr.Wb.

Dimohon kesediaan mahasiswa/i untuk mengisi angket penelitian “Pengaruh Harga dan Lokasi Pendidikan Terhadap Pemilihan Prodi Manajemen Pendidikan Islam di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang” ini.

Petunjuk atau keterangan pengisian angket adalah sebagai berikut:

1. Pilihlah alternatif tanggapan yang benar-benar sesuai dengan keadaan atau kenyamanan diri anda, bukan dengan apa yang seharusnya.
2. Berikan tanda centang (✓) pada salah satu pilihan yang disediakan, yaitu:
 - SS : Sangat Setuju
 - S : Setuju
 - TS : Tidak Setuju
 - STS : Sangat Tidak Setuju
3. Dalam memilih jawaban, mahasiswa/i tidak perlu takut salah, karena semua jawaban dapat diterima.
4. Kerahasiaan identitas jawaban mahasiswa/i akan kami jamin.
 - a. Nama : Syohibul Haq
 - b. Prodi : S-2 MPI UIN
 - c. Angkatan : 2017-2018

A. Variabel Harga Pendidikan (X₁)

NO	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Biaya per-semester prodi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana UIN Walisongo yang terjangkau.				✓
2.	Pascasarjana UIN Walisongo bebas biaya gedung.				✓
3.	Biaya perkuliahan prodi pascasarjana Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana UIN Walisongo lebih murah dibandingkan Universitas lain.				✓
4.	Layanan registrasi prodi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana UIN Walisongo sudah baik.			✓	
5.	Tenaga pengajar program studi Manajemen Pendidikan Islam pascasarjana UIN Walisongo profesional.				✓
6.	Koleksi perpustakaan Pascasarjana UIN Walisongo yang memadai			✓	
7.	Laboratorium bahasa Pascasarjana UIN Walisongo yang memadai.		✓		
8.	Jaringan internet Pascasarjana UIN Walisongo		✓		

yang memadai.				
---------------	--	--	--	--

B. Variabel Lokasi Pendidikan (X₂)

9.	Lokasi Pascasarjana UIN Walisongo dekat dengan bank untuk layanan registrasi			✓	
10.	Lokasi prodi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana UIN Walisongo dekat dengan poliklinik.			✓	
11.	Lokasi Pascasarjana UIN Walisongo dekat dengan tempat ibadah (masjid).				✓
12.	Lokasi Pascasarjana UIN Walisongo mempunyai lahan parkir luas			✓	
13.	Ruangan perkuliahan Pascasarjana UIN Walisongo nyaman untuk kegiatan perkuliahan.			✓	
14.	Ruangan perkuliahan Pascasarjana UIN Walisongo jauh dari kebisingan.	✓			
15.	Akses transportasi Pascasarjana UIN Walisongo mudah.			✓	
16.	Lokasi Pascasarjana UIN Walisongo dekat dengan bandara.			✓	
17.	Lokasi pascasarjana UIN Walisongo dapat diakses melalui GPS (<i>global positioning system</i>).				✓

C. Variabel Minat Pemilihan Prodi MPI Pascasarjana UIN Walisongo (Y)

18.	Saya tertarik dengan program studi Manajemen Pendidikan Islam yang ditawarkan pascasarjan UIN Walisongo.				✓
19.	Saya memilih program studi Manajemen Pendidikan Islam pascasarjana UIN Walisongo atas kemauan saya sendiri.				✓
20.	Saya memilih program studi Manajemen Pendidikan Islam pascasarjana UIN Walisongo karena lokasi yang mudah dijangkau.			✓	
21.	Saya memilih program studi Manajemen Pendidikan Islam pascasarjana UIN Walisongo karena program yang ditawarkan sangat bermanfaat untuk masa depan saya.				✓
22.	Saya memilih program studi Manajemen Pendidikan Islam pascasarjana UIN Walisongo karena menurut saya pelayanan baik.			✓	
23.	Saya memilih program studi Manajemen				

	Pendidikan Islam pascasarjana UIN Walisongo menurut saya suasana kampus kondusif untuk perkuliahan.			✓	
24.	Saya memilih program studi Manajemen Pendidikan Islam pascasarjana UIN Walisongo karena menurut saya suasananya yang sejuk.			✓	
25.	Saya memilih program studi Manajemen Pendidikan Islam pascasarjana UIN Walisongo karena menurut orang tua/teman saya ilmu agamanya yang baik.				✓
26.	Saya mencari informasi tentang program studi Manajemen Pendidikan Islam pascasarjana UIN Walisongo dari berbagai media (internet, brosur, pamflet, MMT).			✓	

Lampiran 9

**KEMENTERIAN AGAMA**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBİYAN DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus II Ngaliyan Telp. 7601295 Fax. 7615387 Semarang 50185

Nomor : B-3500/Un.10.3/D.1/TL.00./9/2017 Semarang, 11 September 2017

Lamp : -

Hal : **Mohonan Izin Riset**

A.n. : Muhammad Aziz Khuluqi
NIM : 123311030

Kepada Yth.
Kepala Jurusan MPI Pascasarjana UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat dalam rangka penulisan skripsi, bersama ini kami hadapkan mahasiswa:

Nama : Muhammad Aziz Khuluqi
NIM : 123311030
Alamat : JL.KH. Yasin No.10 Rt.01 Rw.03 Kel. Saripan Kec. Jepara Kab Jepara

Judul Skripsi : "Pengaruh Harga dan Lokasi Pendidikan Terhadap Pemilihan Prodi Menejemen Pendidikan Islam di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang"

Pebimbing : 1. Dr. Fatkuroji, M.Pd
2. Drs. Danusiri, MA

Mahasiswa tersebut membutuhkan data-data dengan tema/judul skripsi yang sedang disusun, oleh karena itu kami mohon Mahasiswa tersebut diijinkan melaksanakan riset selama tiga puluh hari, pada tanggal 12 September 2017 sampai dengan tanggal 12 Oktober 2017.

Demikian atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu/Sdr. Disampaikan terimakasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

A.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Dr. H. Fatah Syukur, M.Ag
Telp. 19671220 199803 1 002

Tembusan:
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang

Lampiran 10



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBİYAH DAN KEGURUAN
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus II Ngaliyan Telp. (024)7601295 Semarang 50185 www. Walisongo.ac.id

SURAT KETERANGAN
Nomor : B-178/Un.10.3/D/TL.00./01/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M.Ag.
Jabatan : Wakil Dekan I FITK UIN Walisongo

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Muhammad Aziz Khuluqi
NIM : 123311030
Program : S1 Manajemen Pendidikan Islam UIN Walisongo
Alamat : Jl. KH. Yasin No. 10 RT 01 RW 03 Kel. Saripan Kab. Jepara.
Judul Skripsi : **Pengaruh Harga dan Lokasi Pendidikan Terhadap Pemilihan Prodi Manajemen Pendidikan Islam di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang**

Telah selesai melakukan Penelitian Skripsi di Program Jurusan Manajemen Pendidikan Islam dari 12 September 2017 sampai 12 Oktober 2017

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 10 Januari 2018
Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M.Ag
NIP. 19681112 199403 1 003

Tembusan :

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang (sebagai laporan)

Lampiran 11



KEMENTERIAN AGAMA R.I.
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBİYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Dr. Hamka Km 2 (024) 7601295 Fax. 7615387 Semarang 50185
Telp. 024-7601295 Fax. 7615387

SURAT KETERANGAN

Nomor : B-382/Un.10.3/K/PP.009/01/2018

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dengan ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Muhammad Aziz Khuluqi
Tempat, tgl lahir : Cilacap, 09 September 1993
NIM : 123311030
Program/semester/tahun : S1/ XI / 2012
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Alamat : Jl. KH. Yasin No. 10 RT/RW: 01/03 Saripan, Jepara.

Bahwa yang bersangkutan telah bebas kuliah.

Surat keterangan ini diberikan untuk keperluan mendaftar munaqosyah.

Demikian harap maklum bagi yang berkepentingan.

Semarang, 19 Januari 2018

Mengetahui,

Kabag TU





LABORATORIUM MATEMATIKA

JURUSAN PENDIDIKAN MATEMATIKA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UIN WALISONGO SEMARANG

Jln. Prof. Dr. Hamka Kampus 2 (Gdg. Lab. MIPA Terpadu Lt.3) ☎ 7601295 Fax. 7615387 Semarang 50182

PENELITI : Muhammad Aziz Khuluqi
NIM : 123311030
JURUSAN : Manajemen Pendidikan Islam
JUDUL : PENGARUH HARGA DAN LOKASI PENDIDIKAN
TERHADAP PEMILIHAN PRODI MANAJEMEN PENDIDIKAN
ISLAM DI PASCASARJANA UIN WALISONGO SEMARANG

HIPOTESIS :

- a. Hipotesis Korelasi:
 1. H_0 : Tidak ada hubungan yang signifikan antara Harga pendidikan terhadap minat mahasiswa.
 H_1 : Ada hubungan yang signifikan antara Harga pendidikan terhadap minat mahasiswa.
 2. H_0 : Tidak ada hubungan yang signifikan antara Lokasi pendidikan terhadap minat mahasiswa.
 H_1 : Ada hubungan yang signifikan antara Lokasi pendidikan terhadap minat mahasiswa.
 3. H_0 : Tidak ada hubungan yang signifikan antara Harga dan Lokasi pendidikan secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa
 H_1 : Ada hubungan yang signifikan antara Harga dan Lokasi pendidikan secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa
- b. Hipotesis Model Regresi
 H_0 : Model regresi tidak signifikan
 H_1 : Model regresi signifikan
- c. Hipotesis Koefisien Regresi
 H_0 : Koefisien regresi tidak signifikan
 H_1 : Koefisien regresi signifikan

HASIL DAN ANALISIS DATA

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Minat	27.44	2.213	32
Harga	24.81	2.657	32
Lokasi	26.59	2.698	32

Correlations

		Minat	Harga	Lokasi
Minat	Pearson Correlation	1	.755**	.711**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000
	N	32	32	32
Harga	Pearson Correlation	.755**	1	.632**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000
	N	32	32	32
Lokasi	Pearson Correlation	.711**	.632**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	
	N	32	32	32

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 ^a	.570	.555	1.476

a. Predictors: (Constant), Harga

Keterangan:

R = 0,755 artinya hubungan antara harga pendidikan terhadap minat mahasiswa **Kuat** karena $0,60 < R < 0,799$, dan kontribusi harga pendidikan dalam mempengaruhi minat mahasiswa sebesar 57% (R square).

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	86.536	1	86.536	39.733	.000 ^a
	Residual	65.339	30	2.178		
	Total	151.875	31			

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Minat

Keterangan:

Sig. = 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak,

artinya model regresi $Y = 11,83 + 0,629 X_1$ **SIGNIFIKAN**

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.836	2.489		4.756	.000
	Harga	.629	.100	.755	6.303	.000

a. Dependent Variable: Minat

Keterangan:

Persamaan Regresi adalah $Y = 11,83 + 0,629 X_1$

Uji koefisien variabel (X_1) (0,629) : Sig. = 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak, artinya koefisien variabel X_1 **SIGNIFIKAN** (dalam mempengaruhi variabel Y).

Uji konstanta (11,836) : Sig. = 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak, artinya konstanta **SIGNIFIKAN** (dalam mempengaruhi variabel Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 ^a	.506	.489	1.582

Keterangan:

R = 0,711 artinya hubungan antara lokasi pendidikan terhadap minat mahasiswa **Kuat** karena $0,60 < R < 0,799$, dan kontribusi lokasi pendidikan dalam mempengaruhi minat mahasiswa sebesar 50,6% (R square).

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	76.828	1	76.828	30.712	.000 ^a
	Residual	75.047	30	2.502		
	Total	151.875	31			

a. Predictors: (Constant), Lokasi

b. Dependent Variable: Minat

Keterangan:

Sig. = 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak,

artinya model regresi $Y = 11,93 + 0,583 X_2$ **SIGNIFIKAN**

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.922	2.814		4.237	.000
	Lokasi	.583	.105	.711	5.542	.000

a. Dependent Variable: Minat

Keterangan:

Persamaan Regresi adalah $Y = 11,93 + 0,583 X_2$

Uji koefisien variabel (X_1) (0,583) : Sig. = 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak, artinya koefisien variabel X_1 **SIGNIFIKAN** (dalam mempengaruhi variabel Y).

Uji konstanta (11,922) : Sig. = 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak, artinya konstanta **SIGNIFIKAN** (dalam mempengaruhi variabel Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.813 ^a	.661	.638	1.333

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

Keterangan:

$R = 0,813$ artinya hubungan antara harga dan lokasi pendidikan terhadap minat mahasiswa **Sangat kuat** karena $0,80 < R < 0,1000$, dan kontribusi harga dan lokasi pendidikan dalam mempengaruhi minat mahasiswa sebesar 66,1% (R square).

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	100.381	2	50.191	28.266	.000 ^a
	Residual	51.494	29	1.776		
	Total	151.875	31			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Minat

Keterangan:

Sig. = 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak,

artinya model regresi $Y = 8,43 + 0,424 X_1 + 0,319 X_2$ **SIGNIFIKAN**

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.428	2.557		3.296	.003
	Harga	.423	.116	.508	3.642	.001
	Lokasi	.320	.114	.390	2.792	.009

a. Dependent Variable: Minat

Keterangan:

Persamaan Regresi adalah $Y = 8,43 + 0,424 X_1 + 0,319 X_2$

Uji koefisien variabel (X1) (0,423) : Sig. = 0,001 < 0,05, maka H0 ditolak, artinya koefisien variabel X1 **SIGNIFIKAN** (dalam mempengaruhi variabel Y).

Uji koefisien variabel (X2) (0,320) : Sig. = 0,009 < 0,05, maka H0 ditolak, artinya koefisien variabel X2 **SIGNIFIKAN** (dalam mempengaruhi variabel Y).

Uji konstanta (8,428) : Sig. = 0,003 < 0,05, maka H0 ditolak, artinya konstanta **SIGNIFIKAN** (dalam mempengaruhi variabel Y)

Semarang, 19 Januari 2018
Ketua Jurusan Pend. Matematika,



Laila Romadiastri, M.Sc.
NIP. 19810715 200501 2 008

RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Muhammad Aziz Khuluqi
2. Tempat dan Tanggal Lahir : Cilacap, 09 September 1993
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki
4. Agama : Islam
5. Kewarganegaraan : Indonesia
6. Alamat : Jl. KH. Yasin No.10
RT/RW: 01/03 Kel.
Saripan, Kec. Jepara, Kab.
Jepara, Prov. Jawa Tengah
7. No. Hp : 082134531082
8. E-mail : azizgymster@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SDN Inpres Labuha - Maluku Utara
2. SMP Hasanuddin Klungkung – Bali
3. Pondok Modern Darussalam Gontor – Ponorogo
4. UIN Walisongo – Semarang

Semarang, 19 Januari 2018

Muhammad Aziz Khuluqi

Nim: 123311030