

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan campuran dua metode yaitu metode kualitatif dan kuantitatif. Dikatakan kualitatif karena dengan mengumpulkan data melalui pencarian data dengan mengumpulkan dokumen yang terkait, seperti kata-kata atau kalimat yang tersusun dalam kuisisioner, kalimat hasil konsultasi atau wawancara antara peneliti dan responden. Dan penelitian ini juga merupakan penelitian kuantitatif, karena penelitian ini didasarkan pada perolehan data hasil dalam bentuk angka-angka dan kemudian dilakukan analisis secara statistik. Pada dasarnya, metode kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial serta menggunakan statistik deskriptif dalam rangka pengujian hipotesis. Oleh karena itu, dapat disimpulkan apakah hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak. Metode kuantitatif akan memperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti. Secara umum, penelitian kuantitatif merupakan penelitian sampel besar. Atribut yang akan diukur dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran (*product, place, price, promotion*) terhadap keputusan pembelian jasa pendidikan pada IAIN.

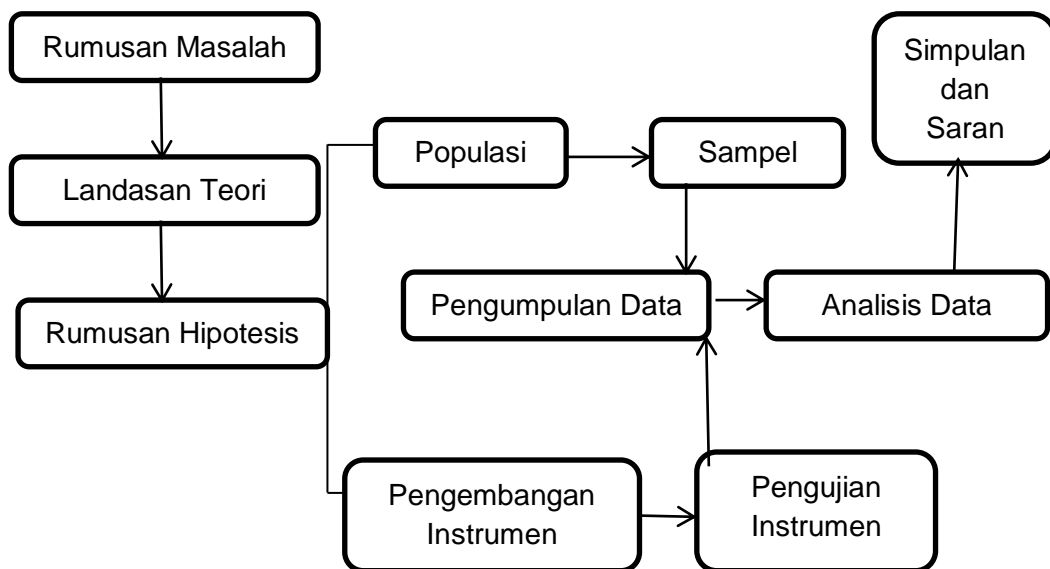
Berdasarkan rumusan diatas, maka jenis penelitian ini adalah deskriptif dan asosiatif. Maksudnya penelitian ini akan mengungkap kebenaran suatu variabel mandiri, juga akan mengungkap pengaruh diantara variabel. Dalam mengumpulkan data akan menggunakan metode survey. Metode ini dianggap tepat karena pada penelitian mengumpulkan informasi faktual yang terjadi, dengan menggunakan sampel dari populasi dengan menggunakan kuisisioner untuk pengumpulan data pokok. Responden yang diambil adalah mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Metro angkatan tahun 2021.

Angket model skala likert yang akan digunakan sebagai instrument pengumpulan data. Pada skala likert responden yang telah dipilih akan diminta untuk menjawab setiap pertanyaan pada kuisisioner yang telah dibuat. Dengan membuat angket dan menyebarkannya pada sejumlah responden, instrumen digunakan dan dirancang untuk memperoleh data dan informasi tentang variabel yang akan digunakan oleh peneliti. Instrumen pengumpulan data dan informasi berupa angket/kuisisioner yang terdiri beberapa bagian yaitu:

1. Angket/kuisisioner untuk mengukur persepsi responden mengenai pengaruh *product*/produk terhadap keputusan mahasiswa memilih IAIN Metro yang dijabarkan dari tiga indikator dan terdiri atas 20 (dua puluh) buah pertanyaan.
2. Angket/kuisisioner untuk mengukur persepsi responden mengenai pengaruh *price*/harga terhadap keputusan mahasiswa memilih IAIN Metro yang dijabarkan dari tiga indikator dan terdiri atas 20 (dua puluh) buah pertanyaan.
3. Angket/kuisisioner untuk mengukur persepsi responden mengenai pengaruh *place*/lokasi terhadap keputusan mahasiswa memilih IAIN Metro yang dijabarkan dari tiga indikator dan terdiri atas 20 (dua puluh) buah pertanyaan.
4. Angket/kuisisioner untuk mengukur persepsi responden mengenai pengaruh *promotion*/promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih IAIN Metro yang dijabarkan dari tiga indikator dan terdiri atas 15 (lima belas) buah pertanyaan.
5. Angket/kuisisioner untuk mengukur persepsi responden mengenai pengaruh *product*/produk, *price*/harga, *place*/lokasi dan *promotion*/promosi secara bersama-sama terhadap keputusan mahasiswa memilih IAIN Metro yang dijabarkan dari tiga indikator dan terdiri atas 20 (dua puluh) buah pertanyaan

Menurut Sugiyono metode penelitian menggunakan data penelitian berupa angka-angka dan analisis statistik. Walaupun jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Bersifat asosiatif atau hubungan adalah penelitian yang bertujuan untuk membangun hubungan antar situasi atau domain satu dengan yang lainnya. Penelitian kuantitatif adalah penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka, meskipun juga berupa data kualitatif sebagai pendukungnya, seperti kata-kata atau kalimat yang tersusun dalam kuisisioner, kalimat hasil konsultasi atau wawancara antara peneliti dan responden.

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif, pendekatan yang di dalam usulan penelitian, turun ke lapangan, analisis, data dan kesimpulan data hingga penggunaan penulisannya memakai aspek pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian numerik. Dalam prosesnya penelitian ini dibuat sebagaimana bagan dibawah:



Gambar 2
Bagan Alur Penelitian

Bersumber pada gambar diatas, bisa diuraikan rancangan penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Pertama, penelitian ini berangkat dari tujuan penelitian kuantitatif sendiri ialah menguji kekuatan suatu teori, terdapat tidaknya ikatan serta atau pengaruh suatu teori terhadap kenyataan ataupun realitas. Dalam penelitian ini teori yang dipakai merupakan teori bauran pemasaran Philip Kotler ataupun yang oleh para peneliti terdahulu disebut selaku teori bauran pemasaran tradisional yang terdiri dari 4P ialah (*Product, Price, Place, serta Promotion*). Walaupun teori bauran pemasaran ini awal mula timbul serta digunakan dalam kegiatan ekonomi, namun bersamaan dengan perkembangan jaman, teori ini banyak diadaptasi oleh lembaga pendidikan yang notabene merupakan lembaga non profit.
- b. Kedua, sesudah didapatkan rumusan permasalahan sebagaimana yang telah dipaparkan dalam Bab 1 hingga peneliti mencari teori- teori yang berhubungan dengan bauran pemasaran serta keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Tidak hanya itu peneliti pula mencari penelitian-penelitian terdahulu yang menunjang/ memantapkan teori- teori dalam buku-buku yang ada.

- c. Ketiga, peneliti menanggapi pertanyaan- pertanyaan dalam rumusan permasalahan dengan memakai teori- teori yang sudah ditemui, yang dinamakan dengan hipotesis.
- d. Keempat, hipotesis ini berikutnya hendak dibuktikan kebenarannya secara empiris di lapangan. Dalam hal ini peneliti menetapkan populasi selaku tempat pengujian serta sekaligus mempersiapkan instrument penelitian. Dimana uraian tentang populasi ini nanti hendak dipaparkan dengan lengkap pada poin selanjutnya.
- e. Kelima, peneliti mempersiapkan instrumen buat mengumpulkan informasi. Sebab peneliti menginginkan generalisasi hingga instrumen yang akan digunakan buat mengumpulkan diuji validitas serta reliabilitasnya.
- f. Keenam, instrumen informasi yang sudah terbukti validitas dan reliabilitasnya setelah itu didistribusikan kepada responden yang telah dipilih untuk diteliti. Instrumen yang telah disiapkan merupakan angket/ kuesioner.
- g. Ketujuh, data yang sudah terkumpul, berikutnya dianalisis. Dalam penelitian kuantitatif analisis dicoba dengan memakai analisis statistik. Sebab dalam penelitian ini dilakukan pada sampel random, maka peneliti akan menggunakan analisis statistik inferensial.
- h. Kedelapan, data yang sudah dianalisis setelah itu disajikan dalam bentuk tabel serta diberikan uraian. Terakhir, data yang telah diolah serta sudah diberikan pembahasan setelah itu dibuat kesimpulan. Kemudian dari kesimpulan yang telah dibuat, dapat dijadikan acuan dalam memberikan saran.

B. Tahapan Penelitian

1. Teknik Sampling

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang ada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang telah ditetapkan yang berkaitan dengan masalah penelitian, atau dapat juga berarti unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan dilakukan penelitian .(Martono 2014).

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Metro.

Tabel 2
Populasi Penelitian

No.	Fakultas	Semester	Jumlah Mahasiswa
1.	FTIK	I (Satu)	625
2.	FEBI	I (Satu)	397
3.	FSy	I (Satu)	103
4.	FUAD	I (Satu)	40
	Jumlah Sampel		1165

Sumber: (<https://data.metrouniv.ac.id> n.d.)

Sampel dapat diartikan sebagai sebagian dari anggota populasi yang dipilih dengan kriteria dan prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi (Nanang Martono, 2011). Ilustrasi merupakan kelompok kecil yang diamati serta bagian dari populasi sehingga watak serta ciri populasi mempunyai ilustrasi. Fergusen mendefinisikan sampel merupakan sebagian kecil atau cuplikan yang ditarik dari populasi. Pengambilan sampel harus mematuhi prosedur yang sudah ditetapkan dalam bentuk teknik sampling. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk memastikan sampel yang hendak digunakan dalam penelitian. Metode dalam pengambilan sampel penelitian merupakan teknik *probability sampling* ialah metode pengambilan sampel yang membagikan kesempatan yang sama untuk tiap faktor (anggota) populasi buat diseleksi jadi anggota sampel dengan metode *simple random sampling* yang mana pengambilan anggota sampel dari populasi dicoba secara acak tanpa mencermati strata yang ada dalam populasi itu.

Untuk memperoleh sampel yang bisa menggambarkan populasi, hingga penentuan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan dengan memakai rumus slovin.

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

Di mana: n = jumlah elemen/anggota sampel.

N = jumlah elemen/anggota populasi yaitu mahasiswa angkatan 2021 sejumlah 1.165

e = error level (tingkat kesalahan) (catatan: umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,1 (catatan: dapat dipilih oleh peneliti).

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini:

$$n = \frac{1165}{1+(1.165 \times 0,1^2)} = 92,095 \text{ atau dibulatkan menjadi } 92 \text{ orang}$$

Tabel 3
Sampel Penelitian

No.	Fakultas	Semester	Sampel
1.	FTIK	I (Satu)	50
2.	FEBI	I (Satu)	31
3.	FSy	I (Satu)	8
4.	FUAD	I (Satu)	3
	Jumlah Sampel		92

Jadi, berdasarkan rumus diatas sampel yang diambil pada penelitian ini berjumlah 92 orang/responden. Mahasiswa yang dijadikan sampel merupakan mahasiswa angkatan 2021.

2. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian meliputi langkah-langkah pelaksanaan yang dilakukan dari awal sampai akhir, adapun tahapannya adalah:

a. Membuat rumusan masalah

Penelitian ini berangkat dari tujuan penelitian kuantitatif itu sendiri, yaitu untuk menguji kekuatan suatu teori, apakah ada hubungan dan/atau pengaruh suatu teori terhadap fakta atau kenyataan, terdiri dari 4 P yaitu (*Product, Price, Place* dan *Promotion*). Walaupun teori bauran pemasaran pertama kali muncul dan digunakan dalam bidang ekonomi, akan tetapi

seiring dengan berkembangnya jaman, teori ini banyak diadaptasi oleh lembaga pendidikan yang notabene adalah lembaga non profit. Peneliti menemukan banyak penelitian yang mengambil variabel bauran pemasaran sebagai salah satu variabel yang mempengaruhi keputusan klien untuk memilih lembaga pendidikan.

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk membuktikan teori yang sama dengan teori yang digunakan oleh peneliti sebelumnya untuk diuji. Dengan harapan jika hipotesis peneliti membuktikan bahwa berpengaruh, maka hasil penelitian ini akan bermanfaat sebagai saran dan masukan kepada pihak kampus untuk memasukkan unsur bauran pemasaran kedalam strategi *Public Relations* kampus. Berawal dari permasalahan tersebut, maka didapati rumusan masalah sebagaimana telah dijelaskan pada Bab I.

Setiap penelitian harus bersumber dari adanya masalah. Setelah selesai mengidentifikasi dan membatasi masalah, selanjutnya peneliti membuat rumusan masalah. Rumusan masalah ditulis dalam bentuk kalimat tanya.

b. Menentukan landasan teori

Masalah yang sudah dirumuskan menjadi rumusan masalah. Setelah mendapatkan rumusan masalah seperti yang dijelaskan pada bab I, peneliti mencari teori-teori yang berkaitan dengan bauran pemasaran dan keputusan siswa dalam memilih kampus. Selain itu, peneliti juga mencari penelitian-penelitian sebelumnya yang mendukung/ memperkuat teori-teori dari buku-buku yang ada. Selanjutnya dicarikan jawabannya. Jawaban tersebut diperoleh dari pencarian terhadap teori-teori yang relevan.

c. Merumuskan hipotesis

Dari rumusan masalah tersebut, peneliti mencoba menjawab dan memberikan solusi dari pencarian teori-teori yang relevan tersebut. Jawaban yang didapatkan selanjutnya dikenal dengan jawaban sementara atau hipotesis.

d. Melakukan pengumpulan data

Hipotesis ini kemudian akan dibuktikan secara empiris di lapangan. Untuk itu peneliti menetapkan populasi sebagai tempat uji dan sekaligus

menyiapkan instrumen penelitian. Dimana penjelasan mengenai populasi ini akan dijelaskan secara rinci pada pembahasan selanjutnya. Kemudian peneliti menyiapkan instrumen untuk mengumpulkan data. Karena peneliti ingin generalisasi, instrument yang akan digunakan untuk mengumpulkan akan diuji validitas dan reliabilitasnya. Selanjutnya instrumen data yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya kemudian didistribusikan kepada responden yang telah ditetapkan untuk diteliti. Instrumen yang digunakan berupa angket/kuisisioner. Data dalam penelitian kuantitatif dapat berupa angka atau data deskripsi yang dikuantitatifkan.

e. Melakukan analisis data

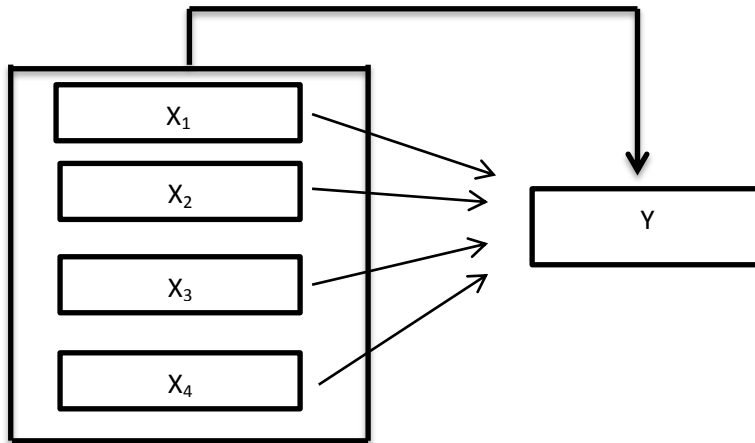
Data yang terkumpul kemudian dianalisis. Dalam penelitian kuantitatif, analisis dilakukan dengan menggunakan analisis statistik. Karena penelitian ini dilakukan pada sampel random, maka peneliti menggunakan analisis statistic inferensial. Data yang telah dianalisis kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan diberikan penjelasan. Analisis data dilakukan untuk menjawab hipotesis yang sudah dibuat.

f. Menyimpulkan

Terakhir dari data yang telah diolah dan diberikan pembahasan kemudian dibuat kesimpulan. Kesimpulan adalah hasil dari pengujian hipotesis apakah diterima atau hipotesis ditolak. Kesimpulan dibuat dengan singkat, padat dan jelas. Dan dari kesimpulan yang telah dibuat, bisa dijadikan acuan untuk memberikan saran.

C. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, variabel penelitiannya adalah *Bauran Pemasaran* yang terdiri dari 4 variabel yaitu *Product/Produk* (X_1), *Price/Harga* (X_2), *Place/Tempat* (X_3), *Promotion/Promosi* (X_4) sebagai variabel independen/variabel bebas. Kemudian *Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi* (Y), sebagai variabel dependen/variabel terikat. Jika digambarkan hubungan variabelnya adalah sebagai berikut:



Gambar 3
Hubungan Antar Variabel

Keterangan:

- X_1 : *Product/Produk*
 X_2 : *Price/Harga*
 X_3 : *Place/ Tempat*
 X_4 : *Promotion/Promosi*
 Y : Keputusan Memilih

Pada penelitian ini dapat dijabarkan definisi konseptual dan definisi operasional dari masing-masing variabel:

1. *Product/Produk*

a. Definisi Konseptual

Definisi konseptual *product/produk* adalah bahwa produk jasa perguruan tinggi merupakan produk/jasa yang terdiri atas program studi, akreditasi, unit kegiatan mahasiswa (UKM) dan produk/jasa pendukung lainnya yang ditawarkan oleh Perguruan Tinggi kepada konsumen dalam hal ini mahasiswa.

b. Definisi Operasional

Definisi operasional *product/produk* adalah bahwa produk jasa perguruan tinggi merupakan produk/jasa yang terdiri atas program studi, akreditasi, unit kegiatan mahasiswa (UKM) dan produk/jasa pendukung lainnya yang ditawarkan oleh Perguruan Tinggi kepada konsumen dalam hal ini mahasiswa, diukur

dengan menggunakan skala Likert dan diberikan kepada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri angkatan 2021.

2. Price/Harga

a. Definisi Konseptual

Definisi konseptual *price*/harga merupakan keseluruhan biaya terdiri dari uang pendaftaran mahasiswa baru, uang kuliah (UKT) setiap semester yang dikenakan dan harus dikeluarkan oleh mahasiswa untuk memperoleh jasa pendidikan yang ditawarkan oleh Perguruan Tinggi dan jika mahasiswa memiliki prestasi maka akan memperoleh kesempatan untuk mendapatkan beasiswa.

b. Definisi Operasional

Definisi operasional *price*/harga merupakan keseluruhan biaya terdiri dari uang pendaftaran mahasiswa baru, uang kuliah (UKT) setiap semester yang dikenakan dan harus dikeluarkan oleh mahasiswa untuk memperoleh jasa pendidikan yang ditawarkan oleh Perguruan Tinggi dan jika mahasiswa memiliki prestasi maka akan memperoleh kesempatan untuk mendapatkan beasiswa, diukur dengan menggunakan skala Likert dan diberikan kepada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri angkatan 2021.

3. Place/Tempat

a. Definisi Konseptual

Definisi konseptual *place*/tempat merupakan tempat suatu Perguruan Tinggi berada dan melaksanakan aktivitas kegiatan berupa pembelajaran dengan mempertimbangkan berbagai macam faktor pendukung diantaranya lokasi dengan dengan pusat kota, akses transportasi mudah dijangkau dan juga lokasi dekat dengan pemukiman masyarakat/rumah kost.

b. Definisi Operasional

Definisi konseptual *place*/tempat merupakan tempat suatu Perguruan Tinggi berada dan melaksanakan aktivitas kegiatan berupa pembelajaran dengan mempertimbangkan berbagai macam faktor pendukung diantaranya lokasi dengan dengan pusat kota, akses transportasi mudah dijangkau dan juga lokasi dekat dengan pemukiman masyarakat/rumah kost, diukur dengan

menggunakan skala Likert dan diberikan kepada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri angkatan 2021.

4. Promotion/Promosi

a. Definisi Konseptual

Definisi konseptual *promotion*/promosi merupakan upaya mengenalkan Perguruan Tinggi kepada masyarakat/calon konsumen dalam rangka untuk menarik minat mereka agar memilih PT tersebut melalui kunjungan ke sekolah, informasi melalui media sosial dan mengikuti pameran pendidikan.

b. Definisi Operasional

Definisi operasional *promotion*/promosi merupakan upaya mengenalkan Perguruan Tinggi kepada masyarakat/calon konsumen dalam rangka untuk menarik minat mereka agar memilih PT tersebut melalui kunjungan ke sekolah, informasi melalui media sosial dan mengikuti pameran pendidikan, diukur dengan menggunakan skala Likert dan diberikan kepada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri angkatan 2021.

5. Keputusan Pembelian (Memilih)

a. Definisi Konseptual

Definisi konseptual keputusan pembelian merupakan keputusan pembelian (memilih) jasa pendidikan perguruan tinggi merupakan tindakan yang dilakukan konsumen/mahasiswa untuk memilih jasa pendidikan melalui proses pengenalan produk, pencarian informasi, evaluasi program studi sehingga memutuskan untuk memilih.

b. Definisi Operasional

Definisi operasional keputusan pembelian merupakan keputusan pembelian (memilih) jasa pendidikan perguruan tinggi merupakan tindakan yang dilakukan konsumen/mahasiswa untuk memilih jasa pendidikan melalui proses pengenalan produk, pencarian informasi, evaluasi program studi sehingga memutuskan untuk memilih, diukur dengan menggunakan skala Likert dan diberikan kepada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri angkatan 2021.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan angket atau kuisisioner dan dokumentasi.

a. Angket/Kuisisioner

Angket atau kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilengkapi dengan menyusun pertanyaan dan harus diisi oleh pihak yang mengisi angket/kuisisioner yaitu mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Metro dengan memilih salah satu alternatif jawaban yang tersedia. Melalui metode ini penulis memperoleh data dari 5 variabel yaitu *Product/Produk* (X_1), *Price/Harga* (X_2), *Place/Tempat* (X_3), *Promotion/Promosi* (X_4), sebagai variabel independen/variabel bebas dan *Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi* (Y), sebagai variabel dependen/variabel terikat.

Angket/kuisisioner akan digunakan dalam penelitian ini dalam bentuk angket tertutup, merupakan angket yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih jawabannya. Dalam penelitian ini dibuat daftar pertanyaan bersifat tertutup yang diajukan kepada mahasiswa selaku responden. Pengisian angket/kuisisioner dilakukan secara *self administered questionnaire* yaitu responden diminta untuk menjawab kuisisioner yang telah dibuat oleh peneliti.

Adapun untuk skala pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert merupakan skala yang berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap dari seseorang terhadap sesuatu hal. Pada skala likert ini dilakukan dengan melakukan penghitungan atas respon dari setuju atau tidak setuju terhadap objek tertentu. Artinya pertanyaan yang dibuat dan disusun oleh peneliti memiliki kategori positif atau negatif (Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, 2014).

Pada skala likert kuisisioner dihitung sebagai berikut:

- a. Sangat setuju (SS) diberi skor 5
- b. Setuju (S) diberi skor 4
- c. Ragu-ragu (R) diberi skor 3
- d. Tidak setuju (TS) diberi skor 2
- e. Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1

Jadi angket/kuisisioner yang akan diberikan haruslah sesuai dengan sampel yang sebelumnya telah ditentukan yaitu sebanyak 92 (Sembilan puluh dua) mahasiswa. Selanjutnya langkah yang dilakukan dalam menyusun angket Bauran Pemasaran yang terdiri dari empat variabel dan Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi adalah sebagai berikut:

- 1) Memisahkan mana variabel bebas dan variabel terikat
- 2) Mencari definisi operasional masing-masing variabel
- 3) Merumuskan indikator-indikator dari definisi operasional variable
- 4) Membuat butir-butir soal sesuai dengan indikator yang telah dibuat termasuk petunjuk dalam pengisian

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan barang-barang tertulis yang merupakan catatan peristiwa yang sudah terjadi (Lexi Moleong, 2002). Dokumen itu sendiri bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya tulis. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data tentang profil dari objek penelitian.

E. Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti merupakan melakukan pengukuran. Alat bantu yang dipilih dan dipakai peneliti untuk mempermudah ketika proses pengumpulan data disebut dengan instrumen pengumpulan data. Instrumen penelitian ini disusun peneliti sendiri berdasarkan acuan pada penyusunan instrumen yang merupakan variabel-variabel yang sudah dipengaruhi pada penelitian. Pada penelitian ini menggunakan lima variabel yaitu empat variabel independen/variabel bebas yang terdiri dari *Product/Produk* (X_1), *Price/Harga* (X_2), *Place/ Tempat* (X_3), *Promotion/Promosi* (X_4) sebagai variabel independen/variabel bebas dan satu variabel dependen/variabel terikat yaitu *Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi* (Y).

Tabel 4
Tabel Instrumen Pengumpulan Data

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1	<i>Product/</i> Produk (X_1)	Keseluruhan pada objek yang dapat memberikan manfaat kepada mahasiswa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Program Studi 2. Akreditasi 3. Kesesuaian program studi dengan pasar kerja 	Skala Likert
2	<i>Price/</i> Harga (X_2)	Biaya yang dikenakan dan harus dibayar mahasiswa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya Pendaftaran 2. Biaya Kuliah (UKT) 3. Beasiswa 	Skala Likert
3	<i>Place/</i> Lokasi (X_3)	Berkaitan dengan dimana IAIN Metro berada dan melakukan kegiatannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi strategis 2. Tempat tinggal/kost 3. Dapat dijangkau angkutan umum 	Skala Likert
4	<i>Promotion/</i> Promosi (X_4)	Sarana untuk mempromosikan jasa pendidikan yang ada di IAIN Metro	<ol style="list-style-type: none"> 1. Website/Media Online 2. Pameran Pendidikan 3. Kunjungan langsung ke SMA/MA sederajat 	Skala Likert
5	Keputusan Mahasiswa (Y)	Kemampuan, upaya dan tindakan mahasiswa dalam memilih IAIN Metro sebagai tempat melanjutkan pendidikan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pencarian informasi 2. Mengevaluasi penawaran 3. Menjatuhkan pilihan 	Skala Likert

F. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul seluruhnya, langkah berikutnya penulis menganalisa data tersebut sehingga data dapat ditarik kesimpulan. Dalam menganalisa ini penulis memakai metode berfikir deduktif yakni berangkat dari fakta-fakta yang universal, peristiwa-peristiwa yang konkrit, setelah itu dari fakta-fakta serta peristiwa-peristiwa yang universal serta konkrit ditarik generalisasi-generalisasi yang memiliki sifat khusus (Sutrino Hadi, 2002).

Metode analisis yang digunakan merupakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan penelitian permasalahan yang dipergunakan untuk mengumpulkan, mengelola serta setelah itu menyajikan data supaya pihak lain bisa dengan gampang memperoleh gambaran tentang objek dari penelitian tersebut. Deskriptif kuantitatif dilakukan untuk menanggapi pertanyaan peneliti ialah menganalisis pengaruh antar variabel.

Alat uji analisis data memakai analisis regresi linier berganda, alat uji ini bertujuan untuk mengenali dua variabel antara variabel X dengan variabel Y yang hendak dikenai prosedur analisis statistik regresi apakah menunjukkan ikatan yang linier ataupun tidak (Duwi Priyanto, 2010). Untuk mengenali kebenaran data maka sebelumnya data yang diperoleh dari lapangan hendak di uji terlebih dahulu dengan memakai uji validitas serta uji reliabilitas kuesioner.

Suatu penelitian memerlukan analisis dan interpretasi data, serta bertujuan untuk menjawab pertanyaan dari peneliti guna mengungkap fenomena atau masalah sosial tertentu. Analisis data adalah proses mereduksi data menjadi bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Metode yang dipilih untuk menganalisis data harus sesuai dengan model penelitian dan variabel yang akan diteliti.

1. Uji Validitas

Instrumen pada suatu penelitian perlu diuji validitas dan reliabilitasnya. Sebuah instrumen dapat dikatakan valid bila dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas yang digunakan pada penelitian ini adalah validitas empirik dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment* dari Karl Pearson (Rahayu 2021).

Rumus yang digunakan:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

X = Skor pernyataan tiap nomor

n = Jumlah responden

Y = Jumlah skor total pernyataan

Langkah-langkah perhitungan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS sebagai berikut:

- a. Jawaban hasil penyebaran angket/kuisisioner terhadap 92 responden melalui Google Form diunduh terlebih dahulu
- b. Hasil jawaban kemudian dikonversi menjadi angka
- c. Jawaban yang telah dikonversi berupa skor, selanjutnya dikelompokkan sesuai variabel penelitian
- d. Langkah selanjutnya membuka aplikasi SPSS, selanjutnya mengcopy hasil yang telah dikonversi menjadi angka kedalam aplikasi SPSS. Untuk menguji validitas instrument digunakan rumus *correlate bivariate*.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrument merupakan suatu instrument pengukuran dikatakan reliable jika pengukuran konsisten dan cermat. Suatu uji reliabilitas dilakukan karena memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui akan konsistensi dari instrument sebagai alat ukur, sehingga hasil pada suatu pengukuran terpercaya. (Abdurrahman, Muhidin, dan Somantri 2011). Suatu variabel dapat dianggap reliabel jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

3. Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dipakai untuk mengetahui apakah populasi data yang dihasilkan berdasarkan tiap variabel yang dianalisis mengikuti pola sebaran atau tidak. Sedangkan imam berpendapat bahwa tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data peneliti yang diperoleh berkontribusi normal atau mendekati normal. Uji ini bisa dilakukan menggunakan Uji

Kolmogorov dengan menggunakan probabilitas >5% atau 0,05 maka data dapat dinyatakan normal begitu pula sebaliknya.

Cara menguji reliabilitas instrument dengan menggunakan Koefisien Alfa (α) dari Cronbrach pada masing-masing variabel adalah sebagai berikut:
$$r = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Keterangan:

r = Reliabilitas instrument/koefisien reliabilitas

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya pertanyaan

$\sum S_i^2$ = Mean kuadrat kesalahan

S_t^2 = Varians total

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui bahwa data sampel berasal dari populasi yang mempunyai varians yang homogeny. Uji homogenitas pada penelitian ini menggunakan Pengujian Korelasi Rank Spearman. Data berasal dari populasi yang memiliki varians homogen jika $X_{hitung} < X_{tabel}$ (Maman Abdurrahman, Sambas Ali Muhidin, dkk. 2011)

c. Uji Linearitas Data

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui antar variabel ini memiliki hubungan yang linier atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan SPSS 25 *uji Tes for Linearity*. Jika nilai signifikansi <0,05 maka dapat dinyatakan terdapat hubungan yang linear diantara masing-masing variabel.

4. Uji Hipotesis

Uji Regresi Berganda

Sedangkan uji regresi berganda, dalam penelitian ini digunakan untuk mencari pengaruh antara ke empat variabel bebas terhadap satu variabel terikat secara simultan atau bersama-sama. Dalam proses penghitungannya, juga digunakan alat bantu aplikasi spss 25.0. yang mana hasil dari masing-masing analisis akan dijabarkan dalam BAB IV.