

**ABSTRAKSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT  
TERHADAP POLITEKNIK KESEHATAN KEMENKES MEDAN  
PROGRAM STUDI KEBIDANAN PEMATANGSIANTAR**



**OLEH:**

**JUNJAR LAORA SIREGAR**

**NPM : 135000124**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SIMALUNGUN (USI)  
PEMATANGSIANTAR  
2017**

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT  
TERHADAP POLITEKNIK KESEHATAN KEMENKES MEDAN  
PROGRAM STUDI KEBIDANAN PEMATANGSIANTAR



OLEH:

JUNJAR LAORA SIREGAR

NPM. 135000124

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SIMALUNGUN (USI)  
PEMATANGSIANTAR  
2017

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT  
TERHADAP POLITEKNIK KESEHATAN KEMENKES MEDAN  
PROGRAM STUDI KEBIDANAN PEMATANGSIANTAR**

**S K R I P S I**

Untuk Melengkapi Syarat Guna Mencapai Gelar :  
**SARJANA EKONOMI**  
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun (USI)  
Pematangsiantar

O l e h :

**JUNJAR LAORA SIREGAR**  
NPM : 135000124

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SIMALUNGUN (USI)  
PEMATANGSIANTAR  
2017**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SIMALUNGUN (USI)  
PEMATANGSIANTAR**

---

**BERITA ACARA UJIAN KOMPREHENSIVE / SKRIPSI**

*076/A-48/USI/2017*

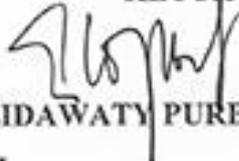
Berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Simalungun Nomor : ..... tanggal, *03 MEI 2017*, maka pada hari *Jumat* Tanggal *05* Bulan *MEI* Tahun *2017* telah dilangsungkan Ujian Komprehensif/Skripsi Program S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun, Program Studi Manajemen untuk tahun *2017*: telah terakreditasi No. 024/BAN-PT/Ak-XIV/S1/IX/2011.

Nama : JUNIAR LAORA SIREGAR  
N P M : 135000124  
Program Studi : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar  
Tanggal Ujian :  
Waktu Ujian :  
Tempat Ujian : KAMPUS FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SIMALUNGUN PEMATANGSIANTAR  
Hasil Ujian : LULUS / TIDAK LULUS  
Dengan Nilai :  
Judisium :

Pematangsiantar, *05 MEI 2017*.

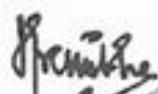
**PENGUJI:**

**KETUA**



( ELIDAWATY PURBA, SE, M.Si )

**ANGGOTA I**



( RISMA MUNTHE, SE, M.Si )

**ANGGOTA II**



( RESNA NAPITU, SE, M.Si )

**DIKETAHUI:**

**DEKAN**



( ELIDAWATY PURBA, SE, M.Si )



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SIMALUNGUN (USI)  
PEMATANGSIANTAR**

---

**TANDA PENDAFTARAN SKRIPSI**

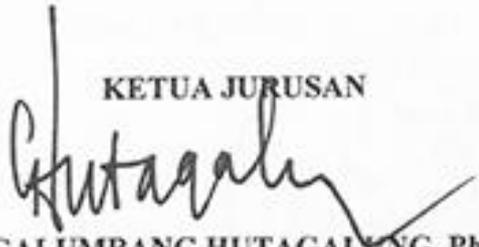
Nama : JUNIAR LAORA SIREGAR  
N P M : 135000124  
Program Studi : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar

Telah diterima dan terdaftar pada Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun, pada tanggal .....

Dengan diterimanya Skripsi Tingkat Strata Satu (S-1) ini, maka telah dilengkapi syarat-syarat guna menempuh Ujian Lisan Komprehensif untuk mencapai gelar :

**SARJANA EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

KETUA JURUSAN

  
( GALUMBANG HUTAGALUNG, Ph.D )



( ELIDAWATY PURBA, SE, M.Si )

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SIMALUNGUN (USI)  
PEMATANGSIANTAR**

---

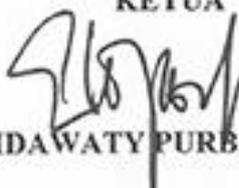
**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Dengan ini menerangkan, bahwa Skripsi dari :

Nama : JUNIAR LAORA SIREGAR  
N P M : 135000124  
Program Studi : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar

Pematangsiantar, .....

**PEMBIMBING :  
KETUA**

  
( ELIDAWATY PURBA, SE, M.Si )

**ANGGOTA I**

  
( RISMA MUNTKE, SE, M.Si )

**ANGGOTA II**

  
( RESNA NAPITU, SE, M.Si )

**DIKETAHUI :  
DEKAN**

  
( ELIDAWATY PURBA, SE, M.Si )



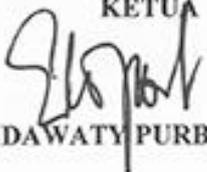
## ABSTRAKSI

### FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT TERHADAP POLITEKNIK KESEHATAN KEMENKES MEDAN PROGRAM STUDI KEBIDANAN PEMATANGSIANTAR

Nama : JUNIAR LAORA SIREGAR  
NPM : 135000124  
Program Studi : MANAJEMEN

Pematangsiantar, .....

PEMBIMBING :  
KETUA

  
( ELIDAWATY PURBA, SE, M.Si )

ANGGOTA I

  
( RISMA MUNTHE, SE, M.Si )

ANGGOTA II

  
( RESNA NAPITU, SE, M.Si )

DIKETAHUI :  
DEKAN

  
( ELIDAWATY PURBA, SE, M.Si )

**ABSTRAKSI**  
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT**  
**TERHADAP POLITEKNIK KESEHATAN KEMENKES MEDAN**  
**PROGRAM STUDI KEBIDANAN PEMATANGSIANTAR**

---

**JUNJAR LAORA SIREGAR**  
**NPM : 1350000124**

Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar beralamat di Jalan Pane Pematangsiantar merupakan salah satu lembaga yang bergerak dibidang pendidikan. Bendirinya Politeknik Kesehatan didasarkan pada PP No.60 tahun 1999, selanjutnya terbit SK Menkes No.298/SK/Menkes/2001 yang merupakan wujud kebijakan pemerintah dalam meningkatkan efektifitas penggunaan sumber daya dan sumber dana yang tersedia yang bertujuan untuk efisiensi, maka dibentuklah Politeknik Kesehatan.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah : Apakah sikap dan norma subjektif berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar?

Berdasarkan hasil analisis penelitian disimpulkan : Sikap konsumen terhadap atribut Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar adalah positif dengan skor 158,3. Sedangkan norma subyektif terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar adalah negatif dengan indeks sebesar 29,33. Secara keseluruhan, minat beli masyarakat adalah positif dengan angka 31,90027. Ini berarti minat konsumen terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar tinggi.

Sedangkan hasil uji regresi linear berganda dapat disimpulkan bahwa : Ada pengaruh positif antara sikap dan norma subyektif terhadap minat memilih Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar baik itu secara bersama-sama menggunakan uji F dengan nilai probabilitas untuk Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar adalah  $0,000 < 0,05$ . Adapun uji t menunjukkan bahwa sikap konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan norma subjektif tidak memberi pengaruh secara signifikan terhadap minat dikarenakan probabilitasnya sebesar  $0,153 > 0,05$ .

Variabel yang dominan mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar adalah sikap kosumen dengan  $r^2$  sebesar 0,565504.

Minat beli masyarakat terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar secara keseluruhan termasuk kedalam kategori positif, yang berarti keinginan masyarakat untuk membeli jasa Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar adalah tinggi.

***Kata Kunci : Perilaku Konsume, Keputusan Pembelian***

## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAKSI	
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	v
DAFTAR TABEL .....	vi
BAB I : PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	5
D. Sistematika Penulisan .....	6
BAB II : URAIAN TEORITIS .....	7
A. Pengertian Jasa .....	7
B. Pemasaran Jasa .....	8
C. Bauran Pemasaran Jasa .....	11
D. Pengertian Perilaku Konsumen .....	12
E. Keputusan Pembelian .....	14
F. Kerangka Pemikiran .....	25
G. Hipotesis .....	26
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN .....	27
A. Lokasi Penelitian .....	27
B. Desain Penelitian .....	27
C. Ruang Lingkup Penelitian .....	27
D. Jenis dan Sumber Data .....	28

E. Populasi dan Sampel .....	29
F. Teknik Pengumpulan Data .....	31
G. Skala Pengukuran Data .....	32
H. Defenisi Operasional Variabel .....	32
I. Teknik Analisa Data .....	35
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
A. Gambaran Umum Daerah Penelitian .....	43
B. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas .....	44
C. Deskripsi Hasil Pengumpulan Data .....	59
D. Analisa dan Pembahasan .....	71
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran-Saran .....	82

#### DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1	Skema Reasond Action Model	17
2	Kerangka Pemikiran	26
3	Struktur Organisasi	46

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
I	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
II	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
III	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	61
IV	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	62
V	Indeks Sikap Konsumen	63
VI	Norma Subjektif	67
VII	Hasil Uji Validitas	72
VIII	Hasil Uji Realibilitas	74
IX	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	75
X	Koefisien Determinasi	77
XI	Variabel Dominan	77
XII	Hasil Uji F	78
XIII	Hasil Uji t	79

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan era globalisasi, kualitas pendidikan menjadi prioritas utama untuk memajukan suatu bangsa. Pemerintah mulai serius memikirkan bagaimana mengkondisikan sumber daya manusia (SDM) di Indonesia agar mampu bersaing dengan sumber daya manusia yang berasal dari luar negeri.

Oleh karena itu, pemerintah mulai mengembangkan berbagai sarana dan prasarana pendidikan, seperti pernyataan yang diungkap oleh Mendiknas Bambang Sudibyo pada acara *The Sixth E-9 Ministerial Review Meeting* di Monterrey, Mexico pada tanggal 13-15 Februari 2006, yang menyatakan bahwa program reformasi pendidikan di Indonesia mempunyai 3 (tiga) tujuan kebijakan pokok, yaitu :

1. Akses merata terhadap pendidikan berkualitas tinggi di semua level dengan meningkatkan keselarasan persediaan pendidikan di dalam dan di luar sekolah.
2. Memperbaiki standar kualitas pendidikan dan
3. Meningkatkan tata pemerintahan, akuntabilitas, dan citra publik terhadap penyediaan layanan pendidikan di semua tingkat. (Media Indonesia Online, 2017).

Menghadapi era globalisasi yang sarat dengan kompetisi, masyarakat dituntut untuk memiliki bekal sumber daya manusia yang handal. Bersamaan dengan itu, bangsa ini akan menghadapi era perdagangan bebas, di mana berbagai ragam latar

belakang dan keterampilan setiap individu bebas untuk bermain dalam dunia persaingan dan tidak menutup kemungkinan orang-orang luar negeri ikut serta di dalamnya. Jelas ini menjadi perhatian serius yang harus dibenahi mengingat tidak sedikit dari sumber daya manusia di negeri ini yang bisa dibilang kalah dari negara-negara lain walau tidak semuanya. Alasan ini yang perlu diperhatikan masyarakat yang sadar akan bangsa dan masa depan untuk mempersiapkan segalanya secara matang.

Terodorong dengan keinginan mempunyai tingkat pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, masyarakat berupaya untuk mencapai keinginan tersebut, sehingga mereka harus memilih lembaga pendidikan mana yang mereka inginkan. Seperti halnya ketika seseorang lulus atau dapat menamatkan sekolah dijenjang yang lebih rendah, mereka menginginkan atau berharap dapat melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi dari sebelumnya.

Setelah melakukan mendapatkan lembaga pendidikan yang sesuai, maka masyarakat akan menilai bagaimana produk yang dikonsumsi, dalam hal ini pihak produsen berharap bahwa produk yang ditawarkannya dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan hubungan yang harmonis antara pihak lembaga dengan konsumennya. Disamping itu, dengan adanya kepuasan maka hal tersebut dapat dijadikan dasar bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), sehingga dalam jangka waktu yang panjang dapat menguntungkan perusahaan.

Namun setiap konsumen memiliki pandangan atau sikap yang berbeda atas kinerja dari produk yang mereka pilih. Dengan adanya perbedaan pandangan tersebut maka muncullah perbedaan keputusan konsumen dalam memilih jasa yang ditawarkan.

Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar adalah lembaga pendidikan profesional merupakan salah satu lembaga pendidikan program studi kebidanan yang cukup terkenal di Kota Pematangsiantar.

Eksistensinya di tengah persaingan dalam bidang usaha sejenis menjadi bukti nyata bahwa Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar merupakan salah satu lembaga yang memiliki kualitas baik karena mampu bertahan ditengah persaingan pasar yang semakin sempit. Namun ditengah eksistensinya tersebut masih terdapat kendala ataupun persoalan pada Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.

Dalam mengatasi permasalahan ini Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar mengerti akan kebutuhan mahasiswanya yaitu dengan pemberian kebebasan untuk pemelihan program studi yang sesuai, ruang kelas yang nyaman sehingga memungkinkan mahasiswa akan mendapat waktu lebih banyak untuk berinteraksi dan berkomunikasi, baik sesama mahasiswa maupun dosennya di kelas sehingga lebih efektif dalam belajar. Ditambah lagi pilihan jadwal yang fleksibel sehingga memudahkan dalam mengatur waktu belajar dan tidak mengganggu aktivitas dan rutinitas harian. Tidak hanya itu, jika mahasiswa tidak bisa

hadir, ia bisa mengikuti kelas lain untuk mengejar ketertinggalan, jika kelas yang sesuai tersedia. Dengan berbagai keunggulan tersebut, Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar, memperluas pangsa pasar dan mampu membangkitkan minat konsumen baru untuk bergabung menjadi mahasiswa di Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul : **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar”**.

#### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan permasalahan, sebagai berikut :

1. Apakah faktor sikap berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar?
2. Apakah faktor norma subjektif berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih pada Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar?
3. Variabel apakah yang paling dominan mempengaruhi minat masyarakat memilih Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar?

### C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap minat masyarakat dalam memilih Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.
- b. Untuk mengetahui pengaruh norma subyektif terhadap minat masyarakat dalam memilih Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.
- c. Untuk mengetahui variabel yang paling dominan mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.

#### 2. Kegunaan Penelitian

- a. Bagi Penulis, memenuhi salah satu syarat untuk menempuh ujian konprehensif guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Pematangsiantar.
- b. Bagi Lembaga, sebagai bahan masukan ataupun pertimbangan untuk membantu memecahkan masalah yang dihadapi terkait dengan sikap konsumen dalam menentukan/memilih suatu produk yaitu lembaga pendidikan.
- c. Bagi Peneliti Lain, sebagai bahan referensi bagi peneliti lainnya yang ingin melanjutkan penelitian ini.

#### **D. Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan skripsi untuk mempermudah pembahasan penulis membuat sistematika sebagai berikut :

Bab I, merupakan Pendahuluan, terdiri atas latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II, merupakan Uraian Teoritis mengenai teori-teori pemasaran, pengertian pemasaran jasa, komponen pemasaran jasa, pengertian perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, kerangka pemikiran dan hipotesis.

Bab III, merupakan Metodologi Penelitian terdiri dari lokasi penelitian, desain penelitian, ruang lingkup penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran data, defenisi operasional variabel, teknik analisa data.

Bab IV merupakan Hasil Penelitian dan Pembahasan yang terdiri dari gambaran umum daerah penelitian, struktur organisasi dan uraian tugas, deskripsi hasil pengumpulan data serta analisa dan pembahasan hasil penelitian

Bab V merupakan bab terakhir yang menguraikan kesimpulan serta saran-saran yang dapat diberikan penulis dalam pengambilan keputusan selanjutnya.

## BAB II

### URAIAN TEORITIS

#### A. Pengertian Jasa

Seorang ahli pemasaran, Kotler (2002:1), mendefinisikan jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip intangibel dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Di tahun 2005, Kotler bersama rekan-rekan di Asia menambahkan bahwa, layanan adalah suatu tindakan atau perbuatan yang tidak berwujud di mana sebuah kelompok bisa menawarkannya pada kelompok lain dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler, P., S. H. Ang., S. M. Leong dan C. T. Tan, 2005:139).

Makin pesatnya teknologi seperti sekarang ini sangat mungkin akan menghadirkan sejumlah implikasi penting terhadap tren jasa dan pemasarannya. Berikut beberapa implikasi perubahan tren bisnis jasa di masa mendatang :

1. Inovasi jasa, meskipun konsumen belum menyadarinya sampai jasa itu disajikan,
2. Makin meningkatnya partisipasi konsumen dalam operasi jasa,
3. Makin banyaknya jasa yang siap pakai,
4. Meningkatnya kandungan jasa pada barang-barang konsumsi,
5. Internasionalisasi,

Merujuk dari tren diatas, terdapat contoh-contoh bisnis jasa yang perkembangannya cukup pesat, yaitu :

1. Bisnis jasa: konsultan, keuangan, perbankan,

2. Perdagangan jasa: eceran, pemeliharaan dan perbaikan,
3. Jasa infrastruktur: komunikasi, transportasi,
4. Jasa personal/sosial: restoran, perawatan kesehatan,
5. Administrasi umum: pendidikan, pemerintah.

## **B. Pemasaran Jasa**

Pemasaran merupakan penghubung antara organisasi dengan konsumennya. Peran penghubung ini akan berhasil dengan pemasaran diorientasikan kepada konsumen. (Khotler, 2002:13)

Keterlibatan semua pihak, dari manajemen puncak hingga karyawan non-manajerial, dalam merumuskan maupun mendukung pelaksanaan pemasaran yang berorientasi kepada konsumen tersebut, merupakan hal yang tidak bisa ditawar-tawar lagi. Alasannya ialah karena pemasaran semestinya :

1. Mencakup perumusan upaya-upaya strategik yang dilakukan oleh manajemen puncak,
2. Merupakan fungsi dari sejumlah aktivitas yang dilakukan oleh manajemen tingkat bawah (seperti kebijakan produk, penetapan harga, cara penyajian jasa, atau upaya-upaya komunikasi) dan,
3. Merupakan sarana bagi upaya untuk menjadikan keseluruhan bagian organisasi berorientasi kepada konsumen.

### **1. Komponen Sistem Pemasaran Jasa**

Sistem pemasaran jasa merupakan salah satu bagian penting karena dapat memberi kontribusi kepada konsumen terhadap organisasi.

Gunawan Hutauruk (2002:17), merumuskan komponen-komponen sistem pemasaran jasa sebagai berikut :

1. *Personal jasa* : perwakilan penjualan, staf pelayanan jasa, staf akuntansi, staf operasi yang secara normal memberikan jasa secara langsung kepada konsumen (penjaga malam atau gudang).
2. *Fasilitas dan peralatan jasa* : bangunan luar, tempat parkir, halaman atau taman; bangunan dalam dan mebelair; kendaraan; peralatan swalayan yang akan dioperasikan oleh konsumen.
3. *Komunikasi nonpersonal* : surat, brosur/katalog/manual instruksi, periklanan, papan rambu-rambu, cerita-cerita baru/editorial dalam media massa.
4. *Orang lain* : konsumen yang ikut hadir selama penyajian jasa berlangsung; konsumen dari mulut ke mulut yang berasal dari teman, sahabat, atau bahkan orang asing.

Terdapat tiga tipe pemasaran dalam dunia usaha, antara lain :

a. Pemasaran Eksternal (*External Marketing*)

Strategi pemasaran eksternal ini dikenal dengan 4P (*product, price, promotion, place*).

b. Pemasaran Internal (*Internal Marketing*)

Pemasaran jasa tidak cukup hanya dengan pemasaran eksternal (4P) tetapi harus diikuti pula dengan peningkatan kualitas atau keterampilan para personil yang ada dalam perusahaan. Selain itu, juga harus ada kekompakan atau suatu tim yang tangguh dari personil yang ada dalam perusahaan tersebut,

khususnya dalam menghadapi para pelanggan sehingga membawa kesan tersendiri yang meyakinkan pelanggan.

c. Pemasaran Interaktif (*Interaktif Marketing*)

Kepuasan konsumen tidak hanya terletak pada mutu jasa, misalnya restorannya yang megah dan makanannya yang bergizi, tetapi juga harus dipadukan dengan melakukan *service quality improvement* supaya peningkatan pelayanan benar-benar meyakinkan.

## 2. Karakteristik Intangibilitas Jasa

Jasa mempunyai empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran yaitu : tidak berwujud (*intangibility*), tidak dapat dipisahkan (*inspirability*), berubah-ubah (*variability*), mudah lenyap (*perishability*).

a. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa mempunyai sifat tidak berwujud karena tidak bias dilihat, dirasa, di dengar, didengar, diraba, atau dicium sebelum ada transaksi pembelian .

b. Tidak Dapat Dipisahkan (*Inspirability*)

Suatu bentuk jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, apakah sumber itu merupakan orang atau mesin, apakah sumber itu hadir atau tidak, produk fisik yang berwujud tetap ada.

c. Berubah-ubah (*variability*)

Jasa sesungguhnya sangat mudah berubah-ubah karena jasa ini sangat tergantung pada siapa yang menyajikan, kapan dan dimana disajikan .

d. Mudah Lenyap (*Perishability*)

Daya tahan suatu jasa tidak akan menjadi masalah jika permintaan selalu ada dan mantap karena penghasilan jasa di muka dengan mudah. Bila permintaan atau turun, maka masalah yang sulit akan segera muncul.

Karena karakteristik intangibilitas jasa, posisi untuk jasa dapat diklasifikasikan ke dalam bukti fisik, orang, dan kesatuan proses (Kholer, 2002:110) :

1. **Bukti fisik** : komunikasi yang tangibel, harga, lingkungan fisik dan garansi

Bukti fisik sangat penting untuk posisi dan memperkuat image, karena terhadap bukti fisik ini konsumen siap untuk mengidentifikasi dan membandingkan dengan jasa lainnya.

2. **Orang** : personel kontak dan konsumen lain

Jasa juga sangat bervariasi dan bergantung kepada komponen inputnya sejak dari personel kontak (karyawan perusahaan yang terlihat konsumen), proses produksinya, sampai kepada konsumen lain yang mungkin hadir di tempat jasa diproses.

3. **Proses** : aliran aktivitas, langkah-langkah dalam proses, fleksibilitas proses

Proses jasa dapat didefinisikan dalam term-term: variabel kompleksitas dan variabel fleksibilitas. Kompleksitas mencerminkan sejumlah langkah yang terlibat dalam penyampaian jasa, dan fleksibilitas mencerminkan rentang (naik turunnya level) eksekusi atau variabilitas langkah-langkah tersebut.

### **C. Bauran Pemasaran Jasa**

Bauran pemasaran sebagaimana yang sudah kita kenal terdiri atas empat elemen (4P's): produk, harga, distribusi dan promosi. Akan tetapi, dalam pemasaran

jasa, ada elemen-elemen lain yang bisa dikontrol dan dikoordinasikan untuk keperluan komunikasi dengan dan memuaskan konsumen. Khotler (2002:20), mengungkapkan bahwa, elemen-elemen tersebut adalah: orang (*people or participants*), lingkungan fisik di mana jasa diberikan atau bukti fisik (*physical evidence*) dan proses jasa itu sendiri (*process*).

Berikut ini adalah bauran pemasaran yang diperluas untuk jasa (Khotler, 2002:21) :

1. *Produk* : feature barang, tingkat kualitas, asesoris, pembungkusan, garansi, lini produk, penentuan merk.
2. *Distribusi* : jenis saluran, perantara, lokasi outlet, transportasi, penyimpanan, mengelola saluran.
3. *Promosi* : bauran promosi, tenaga penjualan, periklanan, target, jenis media, jenis periklanan, promosi penjualan, publisitas.
4. *Harga* : fleksibilitas, tingkat harga, diskon, kuota.
5. *Partisipan* : karyawan, training, motivasi, tim kerja, komunikasi.
6. *Bukti fisik* : design fasilitas, keindahan, fungsi, peralatan, laporan, rambu-rambu, tangible lainnya.
7. *Proses* : aliran aktivitas, tingkat keterlibatan konsumen.

#### **D. Pengertian Perilaku Konsumen**

Menurut Boyd, Walker. Jr dan Larreche (2003: 188), yang dimaksud dengan perilaku konsumen adalah proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan membeli, juga menggunakan produk dan membuang barang-barang dan jasa yang

dibeli; juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk. Disini terdapat kata-kata kunci yaitu keputusan membeli, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli, penggunaan produk, dan membuang produk.

Adapun menurut *American Marketing Association* yang terdapat pada buku karangan Peter dan Olson (dalam Lina Salim, 2003:6), mendefinisikan perilaku konsumen sebagai interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku, dan kejadian sekitar kita dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka. Paling tidak ada tiga ide penting dalam pengertian di atas, yaitu perilaku konsumen adalah dinamis; hal tersebut melibatkan interaksi antara pengaruh dan kognisi, perilaku, dan kejadian di sekitar; serta hal tersebut melibatkan pertukaran.

Pertama, definisi di atas menekankan bahwa perilaku konsumen itu dinamis. Ini berarti bahwa seorang konsumen, grup konsumen, serta masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Hal ini memiliki implikasi terhadap studi perilaku konsumen, salah satu implikasinya adalah bahwa generalisasi perilaku konsumen biasanya terbatas untuk satu jangka waktu tertentu, produk, dan individu atau grup tertentu.

Hal kedua yang ditekankan dalam definisi perilaku konsumen di atas adalah keterlibatan interaksi antara pengaruh dan kognisi, perilaku, dan kejadian sekitar. Ini berarti bahwa untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat kita harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan mereka rasakan (pengaruh), apa yang mereka lakukan (perilaku) dan apa serta di mana

(kejadian di sekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa, dan dilakukan konsumen.

Hal terakhir yang ditekankan dalam definisi perilaku konsumen di atas adalah pertukaran di antara individu. Hal ini membuat definisi perilaku konsumen tetap konsisten dengan definisi pemasaran yang sejauh ini juga menekankan akan pentingnya pertukaran. Kenyataannya, peran pemasaran adalah untuk menciptakan pertukaran dengan konsumen melalui formulasi dan penerapan strategi pemasaran.

#### **E. Keputusan Pembelian**

Dalam tahap evaluasi, konsumen membuat peringkat merek dan membentuk niat untuk membeli. Pada umumnya, keputusan membeli konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi ada dua faktor yang muncul antara minat untuk membeli dan keputusan/perilaku untuk membeli. Faktor yang pertama adalah sikap orang lain dan yang kedua adalah faktor situasi yang tidak diharapkan. Jadi, pilihan dan bahkan niat untuk membeli tidak selalu berakhir pada perilaku benar-benar membeli barang yang sudah dipilih.

Ketika membeli produk, secara umum konsumen mengikuti proses pengambilan keputusan atau proses tahap demi tahap yang digunakan konsumen ketika membeli barang atau jasa. Ada lima tahapan yang mewakili proses secara umum yang menggerakkan konsumen dari pengenalan produk ke evaluasi pembelian. Proses ini adalah petunjuk untuk mempelajari bagaimana konsumen membuat suatu keputusan.

Berikut adalah lima tahapan proses pengambilan keputusan menurut Khotler dan Armstrong (2001:224), antara lain :

a. Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian dimulai dari konsumen mengenali permasalahan atau kebutuhan. Konsumen merasakan adanya perbedaan antara keadaan aktual dan sejumlah keadaan yang diinginkan. Kebutuhan itu dapat dipicu oleh stimulan internal juga dapat dipicu oleh rangsangan eksternal.

b. Pencarian Informasi

Konsumen mencari informasi tentang beragam alternatif yang ada untuk membantunya memuaskan kebutuhan dan menyelesaikan masalahnya. Pencarian informasi dapat terjadi secara internal yaitu proses mengingat kembali informasi yang tersimpan dalam ingatan, ataupun secara eksternal yaitu mencari informasi di luar lingkungan sekitar.

c. Pengevaluasian Alternatif

Setelah mendapatkan informasi dan merancang sejumlah pertimbangan dari produk alternatif yang tersedia, konsumen siap untuk membuat keputusan. Konsumen akan menggunakan informasi yang tersimpan dalam ingatan ditambah dengan informasi yang diperoleh dari lingkungan luar untuk membangun suatu kriteria tertentu. Standar ini membantu konsumen untuk mengevaluasi dan membandingkan alternatif tersebut.

d. Keputusan Pembelian

Sejalan dengan evaluasi atas sejumlah alternatif- alternatif tadi, maka

konsumen dapat memutuskan apakah produk akan dibeli atau diputuskan untuk tidak dibeli sama sekali. Tahap dari proses keputusan membeli adalah ketika konsumen benar-benar membeli produk.

#### e. Perilaku Setelah Membeli

Setelah pembelian, pembeli mulai mengevaluasi produk untuk memastikan bahwa unjuk kerja yang sebenarnya dari produk tersebut memenuhi tingkat yang diharapkan. Banyak kriteria yang dipergunakan dalam mengevaluasi berbagai alternatif dipergunakan kembali selama evaluasi pasca beli. Hasil tahapan ini adalah kepuasan atau ketidakpuasan. Sikap ini sangat mempengaruhi motivasi konsumen dan pengolahan informasi.

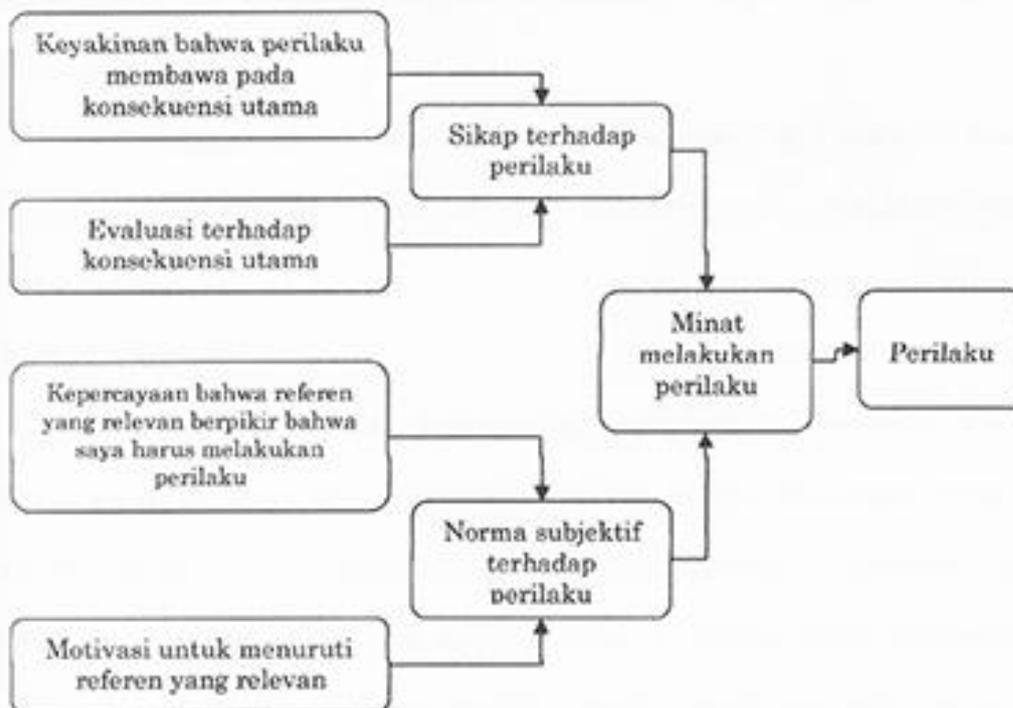
### 1. Model Keinginan Berperilaku

Model keinginan berperilaku, yang disebut juga dengan teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action*). Model ini mengungkapkan bahwa perilaku berasal dari formasi keinginan spesifik untuk berperilaku. Jadi model keinginan berperilaku tidak berusaha memprediksikan perilaku seseorang, tetapi keinginan untuk bertindak. (Josep P. Guiltinan dan Gordon W.Paul, 2003:338)

Model ini merupakan salah satu model untuk memahami minat konsumen untuk membeli produk atau dengan kata lain *behavioral intention model* (model minat berperilaku). Menurut teori *Reasoned Action* tersebut, perilaku (*behavior*) seseorang tergantung pada minatnya (*intention*), sedangkan minat untuk berperilaku tergantung pada sikap (*attitude*) dan norma subyektif (*subjective norm*) atas perilaku.

Berikut adalah skema *Reasoned Action Model*, yaitu ;

**Gambar 1**  
**Skema Reasoned Action Model**



*Sumber : Gunawan Hutauruk (2003:90)*

Gambar diatas menunjukkan bahwa sikap konsumen untuk berperilaku ditentukan oleh keyakinan bahwa perilaku menyebabkan konsekuensi tertentu dan atau evaluasi pada konsekuensi tertentu, sementara norma subjektif dapat dipengaruhi langsung oleh keyakinan konsumen bahwa referen tertentu berpikir konsumen akan atau tidak akan melakukan perilaku tertentu dan atau motivasi untuk menuruti referen tertentu. Dari sikap dan norma subjektif yang terbentuk, akan mempengaruhi minat untuk melakukan perilaku.

## 2. Sikap Konsumen

Sikap merupakan salah satu konsep yang paling penting yang digunakan pemasar untuk memahami konsumennya. Definisi awal sikap dikemukakan oleh

Thurstone pada tahun 1993, dia melihat sikap sebagai salah satu konsep yang cukup sederhana yaitu jumlah pengaruh yang dimiliki seseorang atas atau menentang suatu objek. (Sunarto, 2003:214).

Adapun definisi sikap menurut Josep P. Guiltingan dan Gordon W.Paul (2003:130), adalah evaluasi konsep secara menyeluruh yang dilakukan oleh seseorang.

### **3. Komponen Sikap**

Respon konsumen terhadap suatu produk terdiri dari tiga komponen, yaitu komponen kognitif, afektif dan perilaku. Komponen kognitif berkenaan dengan "kesadaran" (*awareness*) dan pengetahuan (*knowledge*) konsumen. Kesadaran ini mencakup harga, feature, iklan dan atribut lainnya. Komponen afektif berkenaan dengan perasaan konsumen terhadap produk tertentu, seperti rasa suka, senang, doyan, gemar, dan puas. Perilaku konsumen (komponen konatif) berkenaan dengan niat dan tindakan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Niat membeli merupakan indikator bagi tindakan membeli di masa datang.

Pendapat senada dilontarkan oleh Sunarto (2003:216), bahwa, keyakinan, evaluasi dan maksud untuk membeli merupakan tiga komponen sikap. Keyakinan adalah komponen kognitif dari sikap, evaluasi adalah komponen afektif atau perasaan, dan maksud untuk membeli adalah komponen konatif atau tindakan.

### **4. Perubahan Sikap**

Mengubah sikap dapat dilakukan melalui 3 komponen intinya, yaitu afektif, kognitif dan tindakan. Sikap dapat diubah dengan cara mengubah salah satu

komponen ataupun mengubah ketiga-tiganya. Senada dengan pernyataan di atas, Stanton W.J (2003:353), menyampaikan bahwa mengubah salah satu komponen sikap akan berakibat pada komponen sikap yang lainnya.

Berikut beberapa cara dalam mengubah sikap, yaitu (1) Mengubah fungsi motivasi dasar konsumen, (2) menghubungkan produk dengan kelompok atau acara yang dikagumi, (3) memecahkan masalah dua sikap yang bertentangan, (4) mengubah berbagai komponen model multi-sifat dan (5) mengubah keyakinan konsumen tentang berbagai merk pesaing.

1. Mengubah fungsi motivasi dasar konsumen

Strategi yang efektif untuk mengubah sikap konsumen terhadap produk atau merk tertentu adalah dengan membuat berbagai kebutuhan tertentu yang menonjol. Salah satu metode untuk mengubah motivasi dikenal sebagai pendekatan fungsional. Menurut pendekatan ini, sikap dapat digolongkan menurut empat fungsi, yaitu fungsi manfaat, fungsi pembelaan ego, fungsi pernyataan nilai, dan fungsi pengetahuan.

2. Menghubungkan produk dengan kelompok atau acara yang dikagumi

Sikap dihubungkan, setidaknya sebagian, dengan berbagai golongan, peristiwa sosial atau kegiatan amal tertentu. Mengubah sikap terhadap produk, jasa, dan merk dapat dilakukan dengan menunjukkan hubungan produk, jasa dan merk tersebut dengan golongan sosial, peristiwa, atau kegiatan amal tertentu.

3. Memecahkan masalah dua sikap yang bertentangan

Strategi perubahan sikap kadang-kadang dapat memecahkan konflik aktual atau potensial antara dua sikap. Tegasnya, jika para konsumen dapat diyakinkan bahwa sikap mereka yang negatif terhadap produk tertentu, merk tertentu, atau sifat-sifatnya, sebetulnya tidak bertentangan dengan sikap yang lain, mereka mungkin dapat dibujuk untuk mengubah penilaian mereka terhadap merk tertentu (atau beralih dari negatif ke positif).

#### 4. Mengubah berbagai komponen model multi-sifat

Model ini memberi wawasan tambahan mengenai cara perubahan sikap :

##### a. Mengubah penilaian relatif atribut

Produk sebenarnya dapat dipandang sebagai sekumpulan atribut. Pada saat mengambil keputusan mengenai merk apa yang dipilih, yang dipertimbangkan konsumen adalah atribut produk. Kalau ingin mengalihkan atribut yang dipertimbangkan, maka atribut yang kita tawarkan harus berbeda dan penting.

##### b. Mengubah keinginan Merek

Langkah ini bisa dilakukan dengan mengklaim bahwa merk kita "lebih", "lebih baik", ataupun "paling baik" pada atribut-atribut yang penting bagi konsumen.

##### c. Menambah atribut

Ini dapat dilakukan baik dengan menambah sifat yang sebelumnya diabaikan maupun sifat yang menunjukkan perbaikan atau inovasi yang mengandung muatan teknologi.

d. mengubah peringkat penilaian terhadap merk secara keseluruhan

Strategi yang berorientasi kognitif yang lain berupa usaha untuk mengubah secara langsung peringkat penilaian konsumen terhadap merk secara keseluruhan, tanpa berusaha memperbaiki atau mengubah penilaian mereka terhadap salah satu sifat merk.

e. Mengubah keyakinan terhadap merek pesaing

Pendekatan ini dilakukan melalui *comparative advertising*. Caranya adalah dengan membandingkan produk kita dengan produk pesaing. Tentu yang diunggulkan adalah produk kita.

## 5. Sikap Terhadap Objek

Menurut model sikap terhadap objek (*attitude-toward-objek*) atau model Fishbein, teridentifikasi tiga faktor utama yang mempengaruhi sikap. Ketiga faktor tersebut adalah :

### 1. Keyakinan utama

Keyakinan utama adalah kepercayaan terhadap atribut objek yang diaktivasi ketika seseorang sedang mengevaluasi sikap terhadap sebuah objek. Dari perspektif pemrosesan informasi, terdapat kepercayaan yang diaktivasi di dalam memori ketika perhatian difokuskan pada sebuah objek. Keyakinan utama biasanya memperhatikan atribut yang penting bagi konsumen.

### 2. Kekuatan keyakinan

Kekuatan hubungan atribut produk biasanya dinilai dengan bertanya kepada konsumen, seberapa besar keyakinan anda bahwa objek memiliki atribut?

### 3. Mengevaluasi setiap atribut utama

Peringkat evaluasi ini memberikan penilaian tentang kebaikan/keburukan atribut utama.

## 6. Model Sikap Fishbein

Sejumlah besar riset pemasaran difokuskan pada pengembangan model untuk memperkirakan sikap yang tercetak oleh proses integrasi. Ini disebut Model Sikap Multiciri (*multiattribute attitude model*) karena difokuskan pada kepercayaan konsumen tentang multiciri suatu produk atau merek. Untuk itu, model Martin Fishbein adalah yang paling berpengaruh dalam dunia pemasaran. (Josep P. Guiltinan dan Gordon W. Paul, 2003:139)

Dua komponen utama Model Multiciri Fishbein adalah :

1. Kekuatan kepercayaan (*belief strength*) ( $b_i$ ) adalah kemungkinan yang diyakini dari hubungan antara suatu objek dengan ciri-cirinya yang relevan. Kekuatan kepercayaan diukur dengan meminta konsumen memeringkat kemungkinan semua asosiasi dari setiap kepercayaan utama mereka.
2. Evaluasi kepercayaan (*belief evaluation*) ( $e_i$ ) yaitu mencerminkan seberapa baik konsumen menilai suatu ciri. Pemasar mengukur komponen ( $e_i$ ) dengan meminta konsumen menyebutkan evaluasi mereka terhadap setiap kepercayaan utama.

Secara formal, model tersebut menyatakan bahwa :

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

dimana :

$A_o$  = sikap terhadap objek

$b_i$  = kekuatan kepercayaan bahwa suatu produk memiliki ciri  $i$

$e_i$  = evaluasi terhadap ciri  $i$

$n$  = jumlah kepercayaan utama tentang objek

### 7. Norma Subjektif Konsumen

Norma subjektif mencerminkan persepsi konsumen tentang apa yang mereka anggap bahwa orang lain ingin agar mereka melakukan perilaku khusus. Keyakinan normatif utama konsumen sehubungan dengan “melakukan apa yang orang lain ingin mereka lakukan” dan motivasi untuk memenuhi harapan orang lain tersebut dikomunikasikan untuk membentuk norma subjektif. Norma subjektif memiliki dua komponen yaitu keyakinan normatif dan motivasi.

Mengukur keyakinan normatif sama dengan atau ekuivalen dengan mengukur pernyataan tentang keyakinan, dan motivasi untuk mengikutinya seperti sebuah peringkat yang penting. Jadi bagi setiap orang atau kelompok referensi, peringkat ini digandakan, dan hasilnya ditambahkan pada setiap orang kelompok referen yang dipertimbangkan. (Josep P. Guiltinan dan Gordon W. Paul, 2003:340)

Referen merupakan kelompok di sekitar konsumen (orang lain penting) dimana ketika konsumen mengidentifikasi dirinya dengan kelompok tersebut, sehingga konsumen mengambil banyak nilai, sikap, atau perilaku para anggota kelompok. Karena itu referen dapat berupa anggota keluarga, teman, sahabat, atasan, bawahan, dan seorang ahli.

Secara matematis, norma subjektif dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$SN = \sum_{j=1}^m NB_j MC_j$$

di mana :

SN = Norma subjektif

NB<sub>j</sub> = Keyakinan normatif bahwa kelompok atau seorang referen j berpikir konsumen sebaiknya atau sebaiknya tidak melaksanakan perilaku

MC<sub>j</sub> = Motivasi untuk menuruti pengaruh referen j

m = Banyaknya kelompok referen yang relevan

#### 8. Keterlibatan Konsumen

Keterlibatan konsumen adalah pribadi yang dirasakan penting dan atau minat konsumen terhadap perolehan, konsumsi, dan disposisi barang, jasa, atau ide. Dengan semakin meningkatnya keterlibatan, konsumen memiliki motivasi yang lebih besar untuk memperhatikan, memahami, dan mengelaborasi informasi tentang pembelian. (Josep P. Guiltinan dan Gordon W.Paul, 2003:83). Tingkat keterlibatan dipengaruhi oleh karakteristik produk, situasi, komunikasi, dan kepribadian konsumen. Lebih lanjut ahli ini menyebutkan ada dua jenis keterlibatan yaitu situasional dan abadi.

Keterlibatan *situasional* terjadi selama periode waktu yang pendek dan diasosiasikan dengan situasi yang spesifik, seperti misalnya konsumen akan mengaktifkan ingatan ketika produknya telah rusak. Sebaliknya, keterlibatan *abadi* terjadi ketika konsumen menunjukkan minat yang tinggi dan konsisten terhadap sebuah produk dan seringkali menghabiskan waktunya untuk memikirkan produk

tersebut. Dampak keterlibatan yang tinggi adalah konsumen menjadi lebih mendalam dalam memproses informasi, peningkatan rangsangan, dan pengambilan keputusan yang diperluas.

#### **9. Minat Konsumen**

Minat berperilaku adalah suatu proporsi yang menghubungkan diri dengan tindakan yang dilakukan di waktu yang akan datang. Dalam model tindakan beralasan, minat konsumen tidak hanya dilihat dari sikapnya terhadap objek, melainkan juga dilihat dari norma subjektif yang mempertimbangkan persepsi seseorang terhadap tanggapan orang yang dekat dengannya apabila ia berperilaku tertentu. (Cristianti Hasibuan, 2003:436).

#### **10. Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif Terhadap Minat**

Mengacu pada gambar 1, *Reasoned Action Model* bahwa minat seseorang tergantung pada sikap dan norma subyektif, dengan kata lain sikap dan norma subjektif dapat berpengaruh pada minat seseorang.

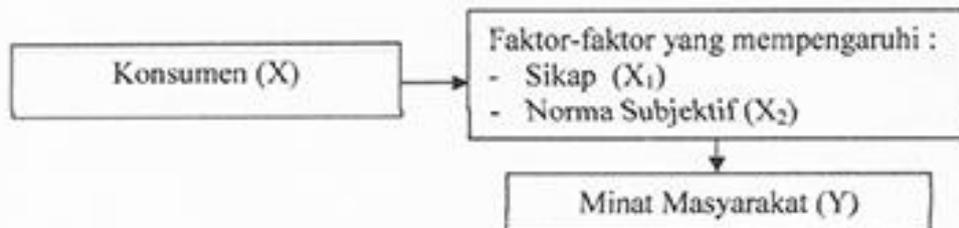
Adapun sikap konsumen untuk berperilaku ditentukan oleh keyakinan bahwa perilaku menyebabkan konsekuensi tertentu dan atau evaluasi pada konsekuensi tertentu. Sementara norma subjektif dapat dipengaruhi langsung oleh keyakinan konsumen bahwa referen tertentu berpikir konsumen akan atau tidak akan melakukan perilaku tertentu dan atau motivasi untuk menuruti referen.

#### **F. Kerangka Pemikiran**

Untuk memudahkan penelitian, maka terlebih dahulu harus dibuat suatu kerangka pemikiran yang memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai

penelitian yang akan dilakukan. Dari perumusan masalah yang sudah dijelaskan, dibuatlah kerangka pemikiran sebagai berikut :

**Gambar 2**  
**Kerangka Pemikiran**



### G. Hipotesis

Pernyataan yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran sebagaimana adanya, pada saat fenomena dikenal dan merupakan dasar kerja serta panduan dalam verifikasi. (Hadi, 2003:151)

Selanjutnya hipotesisnya dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Diduga faktor sikap mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.
2. Diduga faktor norma subyektif berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.
3. Diduga faktor sikap yang paling dominan mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.

### **BAB III**

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

##### **A. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar yang beralamat di Jalan Pane Kecamatan Siantar Selatan Kota Pematangsiantar.

##### **B. Desain Penelitian**

Adapun metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus yaitu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh fakta dan mencari keterangan secara faktual, sehingga dengan mudah memecahkan masalah yang ditemui.

Desain riset yang dipakai adalah desain deskriptif eksplanatory karena riset ini merupakan riset yang ditujukan untuk menguji hipotesis-hipotesis berdasarkan teori yang telah dirumuskan sebelumnya dan kemudian data yang telah diperoleh dihitung lebih lanjut melalui pendekatan kuantitatif.

##### **C. Ruang Lingkup Penelitian**

Untuk lebih memfokuskan pembahasan dan kejelasan data yang akan dibahas dan dikumpulkan, maka penulis menggunakan batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ditunjukkan kepada konsumen yang telah memilih Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penelitian ini meliputi : sikap konsumen dan norma subjektif.

#### D. Jenis dan Sumber Data

Data merupakan faktor yang penting untuk menunjang suatu penelitian. Data penting yang diperlukan dalam penelitian ini bersumber pada responden dimana data tersebut diperoleh melalui penyebaran kuesioner terhadap masyarakat/konsumen yang telah memilih Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.

Berdasarkan sumbernya data dapat dikelompokkan menjadi data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data primer dapat dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner langsung kepada masyarakat yang telah memilih Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.

2. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung, melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) meliputi data dari objek penelitian yaitu sejarah organisasi, struktur organisasi, lokasi perusahaan dan referensi lain yaitu jurnal.

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh hasil wawancara dari responden/masyarakat yang berkompeten.

## E. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran. (Hadi Sutrisno, 2003:364)

Responden penelitian ini merupakan konsumen potensial di Kota Pematangsiantar. Alasan memilih Kota Pematangsiantar adalah kondisi masyarakat dengan latar belakang dan heterogenitas tinggi, dinamis, cepat tanggap serta peka terhadap lingkungan. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Pematangsiantar.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil atau diidentifikasi berdasarkan karakteristik dan tehnik tertentu. (Hadi, 2003:364)

Menurut Mantra dan Kastro dalam Singarimbun dan Effendi (2005:150-152), terdapat empat faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan besarnya sampel dalam suatu penelitian, yaitu :

- a. Derajat Keseragaman dari populasi, semakin seragam populasinya maka semakin kecil sampel yang dapat diambil.
- b. Presisi yang dikehendaki dari penelitian, makin tinggi presisi yang dikehendaki, makin besar sampel yang harus diambil.
- c. Rencana Analisa

Adakalanya besarnya sampel sudah mencukupi sesuai dengan presisi yang

dikehendaki, tetapi kalau dikaitkan dengan kebutuhan analisa, maka jumlah sampel tersebut belum tentu mencukupi.

d. Tenaga, biaya dan waktu.

Kalau menginginkan presisi yang tinggi maka jumlah sampel harus besar. Tetapi apabila dana, tenaga dan waktu terbatas, maka tidaklah mungkin mengambil sampel yang besar, oleh karena itu presisinya menurun.

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*, yaitu peneliti menyeleksi anggota populasi yang paling mudah untuk diperoleh datanya, yaitu dengan cara pengambilan sampel dari populasi yang dapat ditemui di Kota Pematangsiantar.

Dihitung dengan menggunakan rumus (Ghozali, 2005:195), yaitu :

$$n = \frac{1}{4} \left[ \frac{z \frac{1}{2} \alpha}{E} \right]^2$$

Dimana :

n : Jumlah sampel

Z  $\frac{1}{2}$  : Batas luar daerah

$\alpha$  : Taraf kesalahan dalam pengujian yang biasa digunakan

E : Kesalahan maksimum

Dasar penentuan sampel dengan menggunakan  $\alpha = 5\%$  karena pada umumnya taraf kesalahan dalam pengujian statistik ditetapkan sebesar 5%. Karena telah ditentukan  $\alpha = 5\%$ , maka  $Z \frac{1}{2} \alpha = 1,96$  (dari table Z). Peneliti menentukan  $E = 0,1$

karena ini merupakan keputusan subyektif, peneliti menginginkan tingkat kesalahan dalam pengisian kuesioner yang mungkin terjadi tidak lebih dari 0,1 (10%), sedangkan tingkat kebenaran adalah 0,9 (90%).

Maka jumlah sampel yang akan diteliti adalah :

$$n = 0,25 \left[ \frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = 96,04$$

Jadi jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 96 orang, terdiri dari warga masyarakat atau calon mahasiswa yang akan menggunakan Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar sebagai tempat menimba ilmu ke jenjang yang lebih tinggi.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah:

##### **1. Wawancara**

Metode wawancara digunakan penulis untuk menyeleksi responden sebelum mengisi kuisisioner serta menanyakan dan menjelaskan dalam pengisian angket apabila terdapat hal yang kurang dimengerti.

##### **2. Kuisisioner**

Kuisisioner adalah teknik terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan, tertulis atau verbal, yang dijawab oleh responden, bertujuan untuk memperoleh data mengenai besarnya pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap keputusan beli konsumen.

### G. Skala Pengukuran Data

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala ini meminta responden menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan tentang suatu objek.

Alat ukur yang digunakan adalah kuesioner yang akan diuji validitas dan reliabilitasnya. Minat konsumen akan diukur dari pengaruh sikap dan norma subjektif.

Untuk masing-masing responden mempunyai 5 alternatif jawaban yaitu :

1. Sangat Setuju (SS) : diberi nilai 5
2. Setuju (S) : diberi nilai 4
3. Ragu-Ragu (R) : diberi nilai 3
4. Tidak Setuju (TS) : diberi nilai 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi nilai 1

### H. Defenisi Operasional Variabel

Untuk menghindari penyimpangan dalam penafsiran, maka variabel-variabel yang dijadikan tolak ukur dalam penelitian ini adalah :

1. Sikap konsumen ( $X_1$ ) adalah ekspresi perasaan, yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, dan setuju atau tidak terhadap lembaga Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.

Variabel sikap diukur melalui perkalian antara keyakinan dan evaluasi konsumen atas konsekuensi yang diperoleh bila responden membeli, di mana :

a. Keyakinan adalah adalah kemungkinan yang diyakini dari hubungan antara suatu objek dengan ciri-cirinya yang relevan.

b. Evaluasi yaitu mencerminkan seberapa baik konsumen menilai suatu ciri.

Adapun indikator variabel sikap yang diyakini dan menjadi evaluasi oleh konsumen dalam memilih Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar adalah :

- Harga yang sepadan dengan kualitas,
  - Pengajar yang berkualitas dan berpengalaman,
  - Fasilitas,
  - Ruangan yang nyaman
  - Kelas kecil yang efektif,
  - Jadwal yang fleksibel,
  - Tersedianya kelas pengganti
  - Bantuan tambahan kelas bagi yang melewatkan dua pertemuan kelas atau yang tidak memahami konsep tertentu,
  - Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau
  - Sertifikat dan diploma resmi
2. Norma subyektif ( $X_2$ ), yaitu kekuatan pengaruh orang lain terhadap keinginan memilih lembaga Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.

Variabel norma subyektif diukur dengan mengalikan antara keyakinan normatif sehubungan dengan melakukan apa yang orang lain ingin mereka lakukan dan motivasi untuk memenuhi harapan orang lain tersebut, di mana :

- a. Keyakinan normatif yaitu seberapa besar pengaruh referen dalam memilih lembaga pendidikan Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.
- b. Motivasi yaitu seberapa besar kemungkinan seseorang untuk menuruti pengaruh referen yang mempengaruhi.

Indikator variabel norma subjektif yang menjadi keyakinan normatif dan motivasi yang mempengaruhi konsumen dalam memilih lembaga pendidikan Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar, antara lain :

- Keluarga,
  - Teman,
  - Tetangga.
3. Minat beli (Y), yaitu keinginan konsumen untuk melakukan pembelian yang di pengaruhi sikap konsumen dan norma subyektif konsumen. Keduanya (sikap konsumen terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar dan norma subjektif terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar, dijumlahkan setelah masing-masing dikalikan dengan bobot regresi yang ditentukan secara empiris. Indikator variabel minat beli yaitu : pernyataan

minat setelah mempertimbangkan sikap dan norma subjektif terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.

## I. Teknik Analisa Data

### 1. Uji Validitas

Untuk ketepatan dan kehandalan dari kuesioner maka dilakukan pra penelitian. Maka dalam penelitian ini diperlukan alat ukur yang valid dan reliable. Alat ukur tersebut diuji dengan validitas dan reliabilitas. Ada dua macam uji validitas dan reliabilitas. *Pertama* adalah uji validitas dan reliabilitas kuisisioner. Pengujian ini dilakukan terhadap 30 responden. *Kedua*, uji validitas dan reliabilitas data. Uji ini dilakukan setelah kuisisioner dinyatakan valid. Data didapat dari hasil pengisian kuisisioner sejumlah sampel.

Validitas dimaksudkan untuk menyatakan sejauh mana data yang ditampung pada suatu kuisisioner akan mengukur apa yang ingin diukur. (Husein Umar, 2003:79).

Pengujian dilakukan dengan mengkorelasikan skor pada masing-masing item dengan skor totalnya kemudian diolah dengan bantuan program SPSS 12.0. Untuk menghitung koefisien korelasi, digunakan metode korelasi *product moment pearson*. Dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% dan  $n = 30$  korelasi product moment berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan seberapa kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain.

Suatu instrument yang diuji dikatakan valid dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika koefisien  $r_{hitung} \geq 0,361$  maka butir atau variabel tersebut valid.
- Jika koefisien  $r_{hitung} < 0,361$  maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang kali. (Husein Umar, 2003:79)

Metode yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah *conbrach' s coefficient alpha*. Nilai yang dapat dikatakan reliabel manakala nilai koefisien alfa lebih besar atau sama dengan 0,6. Koefisien ini bermanfaat untuk menyelidiki konsistensi dan homogenitas di antara butir-butir pertanyaan dalam kuesioner.

Suatu instrument tes yang diuji dikatakan reliabel dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika  $\alpha_{hitung} \geq 0,6$  maka butir atau variabel tersebut reliabel.
- Jika  $\alpha_{hitung} < 0,6$  maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

## 3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah suatu jenis analisis data yang mempunyai tujuan utama menguraikan sesuatu karakteristiknya, mengumpulkan data supaya dapat menguji hipotesis yang diajukan atau untuk menjawab pertanyaan mengenai keadaan/atau status dari subyek yang dipelajari.

Dalam penelitian ini, yang dianalisis adalah karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan tingkat penghasilan.

#### 4. Analisis Inferensial

Analisis inferensial adalah analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis statistik. Analisis statistik dilakukan berdasarkan atas data deskriptif yang telah dijabarkan, serta setelah kuesioner melalui tahap uji validitas dan reliabilitas, sehingga dapat dilanjutkan dalam analisis data dengan alat-alat statistik. Analisis inferensial dalam penelitian ini menggunakan :

##### a. Model Fishbein (*Reasoned Action Model*)

Model ini digunakan untuk memperoleh konsistensi antara sikap dan perilakunya, sehingga model ini memiliki dua komponen yaitu komponen sikap dan norma subyektif.

*Reasoned Action Model* dapat dirumuskan secara matematis sebagai berikut :

$$BI \approx B = w_1 A_b + w_2 SN$$

dimana :

B = perilaku tertentu

BI = minat berperilaku

$A_b$  = sikap ke arah pelaksanaan perilaku

$w_1, w_2$  = indeks regresi yang ditentukan secara empiris

SN = norma subyektif

Untuk pengukuran sikap, dimana pengukurannya ini lebih ditekankan pada maksud untuk berperilaku dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

dimana :

$A_b$  = sikap kearah pelaksanaan perilaku

$b_i$  = kekuatan kepercayaan bahwa suatu produk memiliki ciri  $i$

$e_i$  = evaluasi terhadap ciri  $i$

$n$  = jumlah kepercayaan utama tentang objek

Pengukuran norma subyektif mencerminkan persepsi konsumen tentang apa yang mereka anggap bahwa referen ingin agar mereka lakukan. Secara matematis pengukuran norma subyektif dapat dibuat persamaannya sebagai berikut :

$$SN = \sum_{j=1}^m NB_j MC_j$$

dimana :

SN = Norma subyektif

$NB_j$  = Keyakinan normatif bahwa kelompok atau seorang referen  $j$  berpikir konsumen sebaiknya atau sebaiknya tidak melaksanakan perilaku

$MC_j$  = Motivasi untuk menuruti pengaruh referen  $j$

$m$  = Banyaknya kelompok referen yang relevan

#### b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk menetapkan pengaruh variabel-variabel sikap dan norma subyektif terhadap minat beli konsumen. Pengaruh tersebut ditunjukkan melalui koefisien regresi. Bentuk persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

dimana :

$Y$  = Minat konsumen

$X_1$  = Sikap

$X_2$  = Norma subjektif

$a$  = Konstanta

$b$  = Koefisien regresi

Guna memudahkan dalam pemahaman, maka notasi "b" diganti menjadi "w", dan untuk selanjutnya menggunakan notasi "w". Dengan demikian, rumus regresi linear yang dimaksud menjadi :

$$Y = a + w_1X_1 + w_2X_2 + e$$

dimana :

$Y$  = Minat konsumen

$X_1$  = Sikap

$X_2$  = Norma subjektif

$a$  = Konstanta

$w$  = Koefisien regresi

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji F (F- test)

F-test digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara sikap dan norma subyektif terhadap minat. Untuk mengetahui apakah terdapat

pengaruh yang signifikan antara variabel bebas ( $X_1, X_2$ ) dengan variabel terikat ( $Y$ ) dapat dilakukan dengan langkah sebagai berikut :

(i) Menentukan hipotesis

- $H_0$  = tidak ada pengaruh positif antara variabel independent (sikap dan norma subyektif) dengan variabel dependent (minat).
- $H_a$  = ada pengaruh positif antara variabel independent (sikap dan norma subyektif) dengan variabel dependent (minat).

(ii) Menentukan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis

Dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5 %, maka :

- $H_0$  diterima jika nilai probabilitas  $\geq \alpha$
- $H_0$  ditolak jika nilai probabilitas  $< \alpha$

(iii) Menghitung Nilai Statistik

Data yang diperoleh dihitung dengan menggunakan program SPSS 12.0.

(iv) Menarik kesimpulan

Pengambilan kesimpulan merujuk pada prosedur kedua dan ketiga.

b. Uji t (t-test)

Uji t (t-test) berfungsi untuk mengetahui keterandalan serta kemaknaan dari nilai koefisien regresi ( $w_1, w_2$ ), sehingga dapat diketahui apakah pengaruh variabel sikap dan norma subyektif ( $X$ ) berpengaruh terhadap minat ( $Y$ ) signifikan atau tidak.

Langkah-langkah pengujian tersebut adalah sebagai berikut :

(i) Menentukan hipotesis :

$H_{01}$  = tidak ada pengaruh antara variabel sikap terhadap minat.

$H_{02}$  = tidak ada pengaruh antara variabel norma subyektif terhadap minat.

$H_{a1}$  = ada pengaruh antara variabel sikap dengan variabel terikat minat.

$H_{a2}$  = ada pengaruh antara variabel norma subyektif dengan variabel minat.

(ii) Menentukan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis

Dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5 %, maka :

$H_0$  diterima jika nilai probabilitas  $\geq \alpha$

$H_0$  ditolak jika nilai probabilitas  $< \alpha$

(iii) Menghitung nilai statistik

Data yang diperoleh dihitung dengan menggunakan program SPSS 12.0.

(iv) Kesimpulan

Pengambilan kesimpulan merujuk pada prosedur kedua dan ketiga.

c. Uji Koefisien Determinasi Linier ( R Square)

Koefisien determinasi linier berganda untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi dicari dengan perhitungan menggunakan SPSS 12. Nilai koefisien determinasi adalah di antara 0 dan 1. Apabila koefisien regresi mendekati 1 maka hubungan antar variabel sangat erat, namun bila mendekati 0 hubungan antara variabel tidak erat.

#### d. Uji Variabel Independen Dominan

Untuk mengetahui variabel independen yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel dependen, dapat digunakan hasil analisis regresi berganda dari nilai partial yang dikuadratkan. Dalam menentukan variabel yang paling dominan dengan cara membandingkan nilai partial yang dikuadratkan dari sikap dan norma subjektif. Nilai yang paling besar menunjukkan variabel independen yang paling dominan.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Daerah Penelitian

Bendirinya Politeknik Kesehatan didasarkan pada PP No.60 tahun 1999, selanjutnya terbit SK Menkes No.298/SK/Menkes/2001 yang merupakan wujud kebijakan pemerintah dalam meningkatkan efektifitas penggunaan sumber daya dan sumber dana yang tersedia yang bertujuan untuk efisiensi, maka dibentuklah Politeknik Kesehatan.

Pada awalnya wilayah Provinsi Sumatera Utara terdapat banyak intitusi Akademi Kesehatan baik itu dari Depkes, Pemda dan Swasta. Khususnya institusi dibawah naungan Departemen Kesehatan ada 9 yaitu :

- Akademi Keperawatan di Medan
- Akademi Gizi di Lubuk Pakam
- Akademi Kesehatan Lingkungan di Kabanjahe
- Akademi Kebidanan di Medan
- Akademi Kebidanan di Pematangsiantar
- Adademi Kebidanan di Padangsidempuan
- Akademi Farmasi di Medan
- Akademi Kesehatan Gizi di Medan
- Akademi Analisis Kesehatan di Medan

Akademi Kebidanan Pematangsiantar berawal dari Sekolah Perawat Kesehatan Pemda Tk. I Provinsi Sumatera Utara yang berdiri sejak tahun 1997

sampai tahun 1990. Pada tahun 1990 statusnya berubah menjadi SPK. Dep. Kes RI Pematangsiantar.

Pada tahun 1998 dikonversi menjadi Akademi Kebidanan Dep. Kes Pematangsiantar dan selanjutnya pada tahun 2002 sampai dengan sekarang berubah menjadi Program Studi Kebidanan Pematangsiantar Politeknik Kesehatan Medan. Pada bulan Oktober dan November 2001, semua Akademi Kesehatan yang dibawah naungan Dep.Kes menyikapi SK tersebut dan segera membentuk Panitia Ad Hock yang terdiri dari 5 orang perwakilan dosen setiap Akademi, 3 orang dari Kanwil Depkes Provinsi Sumatera Utara dan dari Pusdiknes 1 orang sesuai petunjuk yang ada. Panitia mempersiapkan pembentukan Poltekkes mulai dari penyiapan dan pelaksanaan pemilihan Direktur, Pembantu Direktur, Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan, Ketua Program Studi dan Sekretaris Program Studi. Dengan bergabungnya Akademi-Akademi Kesehatan menjadi Poltekkes maka aturan dan mekanisme kerja Akademi berubah mengikuti struktur organisasi Poltekkes.

#### **B. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas**

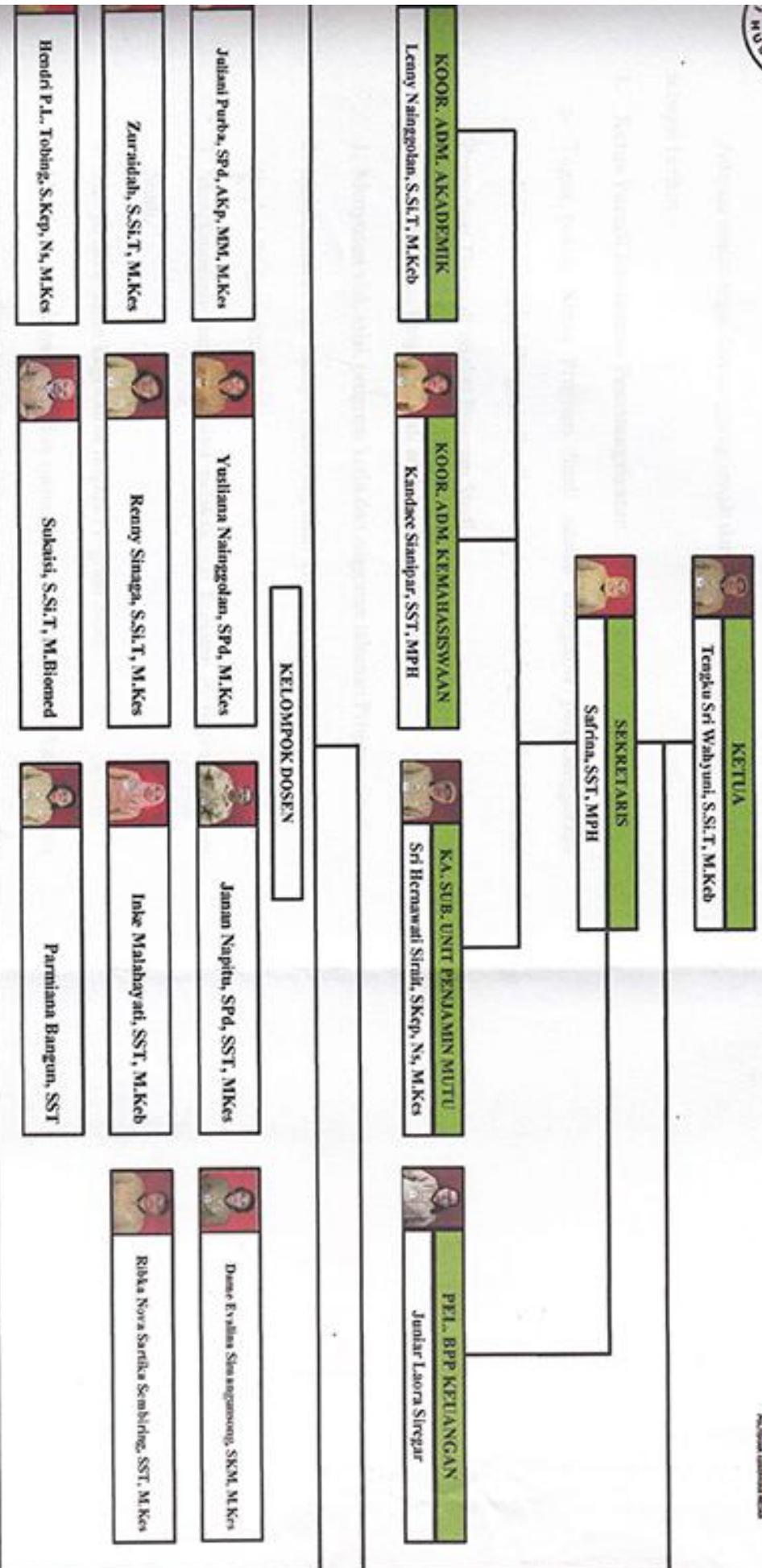
Struktur organisasi merupakan salah satu unsur terpenting dalam suatu organisasi pemerintah. Fungsi organisasi diantaranya adalah untuk pembagian wewenang. Menyusun pembagian kerja dan merupakan suatu sistem komunikasi. Dengan demikian kegiatan yang beraneka ragam dalam suatu instansi pemerintah disusun secara teratur sehingga tujuan usaha yang telah ditetapkan sebelumnya dapat dicapai dengan baik. Dengan adanya struktur organisasi fungsi dengan jelas maka dapat diperoleh keuntungan sebagai berikut :

1. Terciptanya arus komunikasi yang baik.
2. Terhindarnya konflik dalam pelaksanaan proses kegiatan kerja.
3. Mendapat ketegasan fungsi dan tanggungjawab dari masing-masing pegawai.
4. Terwujudnya hubungan yang harmonis antar pegawai.

Untuk lebih jelasnya, bentuk struktur organisasi Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar, dapat dilihat pada gambar berikut :



# STRUKTUR ORGANISASI POLITEKNIK KESEHATAN KEMENKES MEDAN PRODI KEBIDANAN PEMATANGSIANTAR TAHUN 2017



Ketua,  
Program Studi Kebidanan  
Pematangsiantar

Tongku Sri Wahyuni, S.Si.T, M.Keb

Adapun uraian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing jabatan adalah sebagai berikut :

**1. Ketua Parodi Kebidanan Pematangsiantar**

- a. Tugas pokok Ketua Program Studi adalah mengelola penyelenggaraan pendidikan di tingkat Program Studi dan melaksanakan kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi di tingkat Program Studi.
- b. Wewenang Ketua Program Studi adalah sebagai berikut :
  1. Menyusun visi, misi, program kerja dan anggaran tahunan Program Studi.
  2. Melaksanakan dan mengevaluasi kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi di tingkat Program Studi.
  3. Mengkoordinir dan memonitor pelaksanaan kegiatan di tingkat Program Studi.
  4. Menyusun laporan kegiatan di tingkat Program Studi.
  5. Merekomendasi, memaraf dan menandatangani surat dan dokumen dinas sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
  6. Membuat usulan kebutuhan untuk menunjang kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi tingkat Program Studi.
  7. Tanggungjawab Ketua Program Studi sebagai berikut :
    - a. Mencapai visi, misi Program Studi melalui pemenuhan standar mutu dengan cara perbaikan berkelanjutan/continues improvement (PDCA) menggunakan manajemen berbasis proses.
    - b. Kepuasan pelanggan (customer satisfaction)

- c. Kepuasan pelanggan (customer core)
- d. Melaksanakan kegiatan anggaran PBM sesuai dengan perencanaan
- e. Merealisasikan kegiatan pencapaian target sesuai dengan sasaran mutu
- f. Bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi kepada Ketua Jurusan
- g. Bertanggung jawab terhadap proses pelaporan kegiatan akademik
- h. Melakukan kegiatan sistemik yang menciptakan suasana akademik dan budaya mutu yang baik.

Uraian tugas Ketua Program Studi sebagai berikut :

- a. Menyusun dan melaksanakan kurikulum kalender akademik, jadwal perkuliahan, penentuan pokok bahasan dan bahan ajar, daftar mahasiswa baru dan lama, KRS, KHS, UTS, UAS, UAP, PKL dan kelulusan, transkrip, ijazah, pembimbing praktek, perpindahan dan pemberhentian mahasiswa, penelitian dan pengabdian masyarakat, juknis pelatihan seminar, dan MoU pada Parodi, untuk disampaikan kepada Ketua Jurusan.
- b. Merancang dan menyusun jadwal kuliah, ujian dan praktikum, termasuk menetapkan mata kuliah-mata kuliah pilihan tiap semester.
- c. Merancang dan mengusulkan dosen pengampu pada proses belajar mengajar (dosen tidak tetap), dosen pengampu mata kuliah, pembimbing akademik, pembimbing praktek, pembimbing tugas akhir, pembina kemahasiswaan berkoordinasi dengan ketua kelompok fungsional.
- d. Memberikan arahan dan verifikasi serta pengesahan berbagai dokumen

- mahasiswa dalam lingkup proses belajar mengajar (Pengesahan usulan KTI, PKL, seminar dan lain-lain)
- e. Mengelola administrasi akademik pada Program Studi yang bersangkutan, termasuk laporan PDPT
  - f. Melakukan pembinaan kegiatan kemahasiswaan program studi, dengan melakukan konsultasi dan koordinasi dengan Ketua Jurusan
  - g. Mengunggah karya ilmiah Ketua Program Studi ke jurnal nasional terakreditasi
  - h. Menyiapkan bahan usulan rancangan awal empat tahunan Poltekkes di lingkungan Program Studi
  - i. Menyiapkan bahan usulan dan rancangan usulan program dan anggaran Program Studi
  - j. Mengusulkan rencana kerjasama lingkup Program Studi
  - k. Mengusulkan pengembangan proses belajar mengajar di Program Studi sesuai dengan perkembangan ilmu dan teknologi, visi dan misi Poltekkes, serta kebutuhan civitas akademika dan masyarakat
  - l. Menyiapkan dan mengusulkan bahan muatan peraturan pelaksanaan akademik dan otonomi keilmuan di Program Studi
  - m. Menyiapkan dan mengusulkan bahan muatan peraturan di bidang pembinaan kemahasiswaan dan registrasi mahasiswa secara terpadu
  - n. Mengkoordinir kegiatan capping day dan penyempahan lulusan bagi Program Studi yang menyelenggarakan

- o. Melakukan koordinasi proses pembelajaran dan kegiatan kemahasiswaan dengan Sub Unit laboratorium, perpustakaan, laboratorium komputer, penelitian dan pengabdian masyarakat, penjaminan mutu, serta asrama
- p. Mengusulkan mahasiswa untuk mendapatkan beasiswa
- q. Melaksanakan tata persuratan dan kearsipan dalam proses pembelajaran di Program Studi yang menjadi tanggung jawabnya
- r. Menyusun laporan berkala (bulanan, triwulan, dan tahunan) dan rutin pelaksanaan kegiatan pembelajaran di Program Studi
- s. Melaksanakan tugas lain yang diberikan alasan berdasarkan arahan, penugasan dan lain-lain yang terkait dengan kedinasan dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas

## **2. Sekretaris Program Studi**

Tugas pokok Sekretaris Program Studi adalah membantu Ketua Program Studi dalam melaksanakan kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi di tingkat Program Studi.

- 1. Wewenang Sekretaris Program Studi adalah sebagai berikut :
  - a. Membantu Ketua Program Studi dalam menyusun program kerja dan anggaran tahunan Program Studi
  - b. Membantu Ketua Program Studi dalam melaksanakan dan mengevaluasi kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi ditingkat Program Studi
  - c. Membantu Ketua Program Studi dalam mengkoordinir dan memonitor pelaksanaan kegiatan di tingkat Program Studi

- d. Membantu Ketua Program Studi dalam menyusun laporan kegiatan ditingkat Program Studi
  - e. Memaraf surat dan dokumen dinas sesuai dengan ketentuan yang berlaku
  - f. Membantu Ketua Program Studi dalam membuat usulan kebutuhan untuk menunjang kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi tingkat Program Studi
  - g. Mewakili Program Studi bilamana Ketua Program Studi berhalangan tidak tetap.
2. Tanggung jawab Sekretaris Program Studi sebagai berikut :
- a. Membantu Ketua Program Studi dalam melaksanakan kegiatan anggaran PBM sesuai dengan perencanaan
  - b. Membantu Ketua Program Studi dalam merealisasikan kegiatan pencapaian target sesuai dengan sasaran mutu
  - c. Bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi kepada Ketua Program Studi
  - d. Membantu Ketua Program Studi dalam melaksanakan kegiatan administrasi akademik, kemahasiswaan dan umum
3. Uraian Tugas Sekretaris Program Studi sebagai berikut :
- a. Membantu Ketua Program Studi dalam menyusun dalam melaksanakan kurikulum, kalender akademik, jadwal perkuliahan, penentuan pokok bahasan dan bahan ajar, daftar mahasiswa baru dan lama, KRS, KHS, UTS, UAS, UAP, PKL dan kelulusan, transkrip ijazah, pembimbing praktek, perpindahan dan pemberhentian mahasiswa, penelitian dan pengabdian

- masyarakat, juknis pelatihan, seminar dan MoU pada Program Studi, untuk disampaikan kepada Ketua Jurusan.
- b. Membantu Ketua Program Studi dalam merancang dan menyusun jadwal kuliah, ujian dan praktikum, termasuk menetapkan mata kuliah-mata kuliah pilihan tiap semester.
  - c. Membantu Ketua Program Studi dalam merancang dan mengusulkan dosen pengampu pada proses belajar mengajar (dosen tidak tetap), pengampu mata kuliah, pembimbing KP, TA, Pembina kemahasiswaan berkoordinasi dengan ketua kelompok fungsional.
  - d. Membantu Ketua Program Studi dalam memberikan arahan dan verifikasi serta pengesahan berbagai dokumen mahasiswa dalam lingkup proses belajar mengajar (Pengesahan usulan KTI, PKL, seminar dan lain-lain).
  - e. Membantu Ketua Program Studi dalam mengelola administrasi akademik pada program studi yang bersangkutan, termasuk laporan PDPT.
  - f. Membantu Ketua Program Studi dalam melakukan pembinaan kegiatan kemahasiswaan program studi, dengan melakukan konsultasi dan koordinasi dengan Ketua Jurusan.
  - g. Membantu Ketua Program Studi dalam mengunggah karya ilmiah Ketua Program Studi ke jurnal yang telah ditentukan.
  - h. Membantu Ketua Program Studi dalam menyiapkan bahan usulan rancangan awal empat tahunan Poltekkes di lingkup Program Studi
  - i. Membantu Ketua Program Studi dalam menyiapkan bahan usulan

- rancangan usulan Program Studi.
- j. Membantu Ketua Program Studi dalam mengusulkan rencana kerjasama lingkup Program Studi.
  - k. Membantu Ketua Program Studi dalam mengusulkan pengembangan proses belajar mengajar di Program Studi sesuai dengan perkembangan ilmu dan teknologi, visi dan misi Poltekkes, serta kebutuhan civitas akademika dan masyarakat.
  - l. Membantu Ketua Program Studi dalam menyiapkan dan mengusulkan bahan muatan peraturan pelaksanaan akademik dan otonomi keilmuan di Program Studi.
  - m. Membantu Ketua Program Studi dalam menyiapkan dan mengusulkan bahan muatan peraturan di bidang pembinaan kemahasiswaan dan registrasi mahasiswa secara terpadu.
  - n. Membantu Ketua Program Studi dalam melakukan koordinasi di bidang administrasi dan pelayanan laboratorium, perpustakaan, dan asrama.
  - o. Membantu Ketua Program Studi dalam mengusulkan mahasiswa untuk mendapatkan beasiswa.
  - p. Membantu Ketua Program Studi dalam mengkoordinir kegiatan capping day dan pelepasan bagi Program Studi yang menyelenggarakan.
  - q. Membantu Ketua Program Studi dalam melaksanakan tata persuratan dan kearsipan dalam proses pembelajaran di Parodi yang menjadi tanggung jawabnya.

- r. Membantu Ketua Program Studi dalam menyusun laporan berkala (bulanan, triwulan, dan tahunan) dan rutin pelaksanaan kegiatan pembelajaran di Program Studi.
- s. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan berdasarkan arahan, penugasan dan lain-lain yang terkait dengan kedinasan dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas.
- t. Mewakili Ketua Program Studi bilamana Ketua Program Studi berhalangan.

### **3. Sub Unit Penjamin Mutu**

Uraian tugas mempersiapkan rencana kegiatan sub unit Penjamin Mutu berupa:

- a. Persiapan Dokumen Penjamin Mutu yang berkaitan dengan standar dokumen, SOP, Prosedur Kerja, Instruksi Kerja dan Formulir
- b. Persiapan Pelaksanaan Evaluasi Diri
- c. Persiapan Pelaksanaan Audit Internal
- d. Persiapan Uji coba Pemantauan Implementasi sistem Penjamin Mutu Internal  
Melaksanakan tugas-tugas lainnya yang diperintahkan Poltekkes berkaitan dengan penjamin mutu
- e. Menjamin keamanan, kelengkapan dokumen penjamin mutu yang telah disiapkan

### **4. Kepala Urusan Akademik**

- 1) Tugas Pokok Kepala Urusan Akademik adalah melakukan Administrasi pendidikan

- 2) Wewenang Kepala Urusan Akademik adalah :
  - a. Berwenang untuk menyusun Kalender Akademik.
  - b. Berwenang untuk memutuskan apakah seorang calon mahasiswa transfer/alih jenjang secara administrasi dapat diterima atau tidak.
  - c. Berwenang membuat evaluasi terhadap proses belajar mengajar.
- 3) Tanggung Jawab Kepala Urusan Akademik adalah :
  - a. Bertanggungjawab pada semua jenis kegiatan baik yang bersifat perencanaan maupun yang bersifat teknis administrasi akademik.
  - b. Dalam melaksanakan tugasnya bertanggungjawab kepada kasubag ADAK.
  - c. Bertanggungjawab terhadap proses pelaporan PD-Dikti.
- 4) Uraian Tugas Kepala Urusan Akademik adalah :
  1. Mempresentasikan semua kegiatan PBM yang akan dilakukan 1 bulan sebelum kegiatan terbaru dimulai.
  2. Melakukan perbaikan-perbaikan terhadap semua revisi kegiatan.
  3. Membuat surat penugasan kepada Dosen pengajar dan menjamin sampainya surat penugasan tersebut 2 minggu sebelum perkuliahan dimulai beserta Kalender Akademik.
  4. Menjamin terdokumentasinya semua dokumen pendidikan baik perkuliahan maupun kegiatan praktek.
  5. Mengkoordinir kegiatan pejalanan kelahan praktek dan memantau kesiapan dalam pelaksanaan praktek.
  6. Menjamin kesiapan terselenggaranya kegiatan perkuliahan/ praktek.

7. Membuat usulan Ujian Akhir Program dan berkoordinasi kepada Ka. Prodi D-III
8. Menjamin/memantau terselenggaranya Ujian Mid Semester, ujian semester dan Ujian Akhir Program
9. Memantau dan menjamin terdistribusinya dan terkumpulnya KPS minimal 1 minggu sebelum perkuliahan semester baru dimulai.
10. Melaporkan kepada Ka. Prodi sehubungan dengan kesiapan PBM, praktek maupun teori, kesiapan ujian semester maupun akhir program.
11. Berkoordinasi dengan Ka. Prodi berhubungan dengan masalah-masalah yang dialami dalam hal PBM, kehadiran Dosen Mahasiswa dll yang berkaitan dengan akademik.
12. Menjamin kesiapan dalam hal pendistribusian pembimbingan KTI, dan pendistribusiannya.
13. Memantau kelengkapan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam kegiatan belajar maupun evaluasi semester dan akhir program bekerjasama dengan Ka. Prodi.
14. Melaporkan kepada sekpro akan kesiapan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam kegiatan akademik sebelum kegiatan mulai.
15. Menjamin kesiapan kegiatan judicium baik semester maupun akhir program berkoordinasi dengan Ka. Prodi dan Sekprodi.
16. Membagikan KHS Mahasiswa minimal 2 setelah Judicium dilakukan.
17. Mendokumentasikan KRS dan KHS Mahasiswa.

18. Mengumpulkan dokumen-dokumen yang dibutuhkan untuk pengusulan UAP dan memberikan kepada Ka. Prodi.
19. Membuat Berita Acara kegiatan Judicium UAS maupun UAP.
20. Mengumpulkan dokumen-dokumen yang dibutuhkan untuk kebutuhan pembuatan laporan UAP dan menyerahkan kepada Ka. Prodi.
21. Menerima ijazah dari Poltekkes dan menyimpan serta membagikan pada Alumni. Sebelumnya mendokumentasikan pertinggalnya.

#### 5. Kepala Urusan Kemahasiswaan

Wewenang Kepala Urusan Kemahasiswaan adalah mengkonsep dan mengecek kebenaran konsep surat-surat keluar dibidang kemahasiswaan.

- a. Menghimpun dan menyimpan data-data Alumni.
- b. Membuat laporan peserta wisuda.
- c. Melaksanakan penyajian dan menyimpan data dan statistic alumni.
- d. Mengkonsep dan mencetak kebenaran konsep surat-surat keluar di bidang alumni.
- e. Mendistribusikan buku pedoman dan mempertanggungjawabkan kepada pemimpin.
- f. Memproses surat permohonan mahasiswa.
- g. Melaksanakan penyajian dan penyimpanan data dan statistic kemahasiswaan.
- h. Memberi pengarahan kepada mahasiswa.
- i. Meminta data dan informasi kepada unit lain.

j. Menolak permohonan beasiswa.

Tanggung jawab Kepala Urusan Kemahasiswaan adalah :

- a. Kebenaran data mahasiswa dan alumni.
- b. Kelancaran dan ketepatan waktu dalam pelaksanaan tugas.

Uraian tugas Kepala Urusan Kemahasiswaan adalah :

- a. Melaksanakan administrasi kemahasiswaan dan alumni.
- b. Melakukan penyajian dan penyimpanan data dan informasi dengan cara menganalisis dan mengelolah data pada komputer untuk disampaikan kepada Direktur melalui Pudir I.
- c. Menyelenggarakan layanan dan pendayagunaan komputer untuk keperluan.

#### **6. Bendahara Pembantu**

- 1) Tugas Pokok Bendahara Pembantu adalah melaksanakan penyusunan dokumen permohonan, pertanggungjawaban, dan mengelola uang muka kerja sesuai prosedur dan ketentuan yang berlaku agar pelaksanaan kegiatan dilingkungan pekerjaan dapat berjalan sesuai dengan perencanaan.
- 2) Wewenang Bendahara Pembantu adalah :
  - a. Meminta uang muka kerja kepada Bendahara.
  - b. Menggunakan perangkat kerja yang tersedia.
  - c. Memberikan informasi hasil kerja kepada pihak-pihak terkait dilingkungan unit kerja.
- 3) Tanggung jawab Bendahara Pembantu adalah :

- a. Kesesuaian jumlah uang muka kerja yang diterima dari Bendahara dengan dokumen permohonan uang muka.
  - b. Kelengkapan Peralatan Kerja.
  - c. Keakuratan laporan pertanggungjawaban uang muka kerja.
  - d. Kesesuaian pelaksanaan tugas terhadap penugasan pimpinan.
- 4) Uraian Tugas Bendahara Pembantu adalah :
- a. Menyusun dokumen permohonan uang muka kerja melalui UP (Uang Persediaan) TUP (Tambahan Uang Persediaan), dan LS (langsung) agar kegiatan di lingkungan Jurusan dan Program Studi dapat terlaksana.
  - b. Menyusun dokumen pertanggungjawaban sesuai dengan penggunaan uang muka kerja untuk kelengkapan laporan serta pertanggungjawaban uang muka kerja.
  - c. Memberi penomoran pada dokumen pertanggungjawaban uang muka kerja sesuai.

### **C. Deskripsi Hasil Pengumpulan Data**

#### **1. Karakteristik Responden**

Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh minat masyarakat Kota Pematangsiantar terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar. Langkah awal adalah dengan menyebar 30 kuisioner untuk menentukan apakah item pertanyaan dalam kuisioner valid dan reliabel atau tidak.

Apabila semua item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid dan reliabel, dilakukan penyebaran pada 96 responden di wilayah Kota Pematangsiantar dengan menggunakan metode *convenience sampling*. Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis deskriptif dan analisis inferensial (Model Fishbein dan Regresi Linear Berganda).

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan dan pendapatan atau uang saku perbulan. Berdasarkan kuisisioner yang telah diajukan kepada 96 responden diperoleh data sebagai berikut :

a. Jenis Kelamin Responden

Dari hasil kuisisioner yang telah disebarakan diperoleh hasil persentase jenis kelamin responden seperti terlihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel I**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin	Frekwensi	Persentase
Laki-laki	47	49 %
Perempuan	49	51 %
Total	96	100 %

*Sumber : Data primer diolah*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 96 responden, 47 orang (49%) responden berjenis kelamin laki-laki dan 49 orang (51%) responden berjenis kelamin perempuan.

b. Usia Responden

Dari hasil kuisisioner yang telah disebarakan diperoleh hasil persentase usia responden seperti terlihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel II**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekwensi	Prosentase
< 20 tahun	18	18,8 %
20 – 29 tahun	46	47,9 %
30 – 40 tahun	22	22,9 %
> 40 tahun	10	10,4 %
Total	96	100 %

*Sumber : Data primer diolah*

Tabel diatas menunjukkan, dari 96 responden terdapat 18 orang (18,8%) berusia dibawah 20 tahun, 46 orang (47,9%) berusia diantara 20-29 tahun, 22 orang (22,9%) berusia antara 30-40 tahun dan 10 orang (10,4%) berusia lebih dari 40 tahun.

c. Pendidikan Responden

Dari hasil kuisisioner yang telah disebarkan diperoleh hasil persentase pendidikan responden seperti terlihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel III**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

Pendidikan	Frekwensi	Prosentase
SLTA/Sederajat	12	12,5 %
SMK/Sederajat	40	41,7 %
Diploma	34	35,4 %
Sarjana	10	10,4 %
Total	96	100 %

*Sumber : Data primer diolah*

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa 12 orang (12,5%) berpendidikan SLTA/Sederajat, 40 orang (41,7%) SMK/Sederajat, 34 orang (35,4%) Diploma dan hanya 10 orang (10,4%) yang berpendidikan Sarjana. Dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa sebagian responden didominasi oleh para pelajar SMK/Sederajat.

d. Penghasilan Responden

Dari hasil kuisisioner diperoleh data seperti terlihat pada tabel berikut :

**Tabel IV**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan**

Penghasilan	Frekwensi	Prosentase
< Rp 500.000	10	10,4 %
Rp 500.000 – Rp 1.000.000	21	21,9 %
Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000	28	29,2 %
> Rp 2.000.000	37	38,5 %
Total	96	100 %

*Sumber : Data primer diolah*

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan dari 96 responden terdapat 10 orang (10,4%) mempunyai penghasilan kurang dari Rp. 500.000, 21 orang (21,9%) mempunyai penghasilan antara Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000, 28 orang (29,2%) mempunyai penghasilan antara Rp. 1.000.001 – Rp. 2.000.000 dan 37 orang (38,5%) mempunyai penghasilan lebih dari Rp. 2.000.000. Dari data tersebut terlihat bahwa sebagian besar responden mempunyai penghasilan lebih dari Rp. 2.000.000.

## 2. Analisis Model Fishbein

### a. Menentukan Indeks Sikap Konsumen (Ab)

Setelah dilakukan penghitungan indeks nilai terhadap hasil jawaban evaluasi terhadap atribut (ei) dan keyakinan tentang perilaku (bi) maka dapat dihitung besarnya indeks sikap konsumen pada masing-masing atribut.

Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan indeks sikap konsumen adalah :

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

Indeks sikap dihitung dengan cara mengalikan skor keyakinan (bi) dan evaluasi (ei) pada masing-masing responden. Selanjutnya hasil perkalian tersebut

dihitung rata-rata dari 96 responden tersebut, sehingga diperoleh rata-rata indeks sikap konsumen seperti pada tabel dibawah ini :

**Tabel V**  
**Indeks Sikap Konsumen (Ab)**

No	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	Sikap
1	15	25	6	12	20	20	20	15	12	15	160
2	6	16	15	15	16	15	20	20	20	25	168
3	9	10	15	16	20	20	20	20	9	9	148
4	15	9	4	10	15	12	8	20	20	20	133
5	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	250
6	9	9	10	20	20	20	25	20	20	25	178
7	20	20	20	20	8	15	12	20	25	25	185
8	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	90
9	12	12	20	12	10	3	4	9	9	12	103
10	15	12	20	6	9	15	25	8	8	15	133
11	6	9	25	20	16	20	20	10	12	15	153
12	20	25	20	25	15	10	20	15	16	20	186
13	15	20	8	4	9	9	3	4	4	6	82
14	9	4	6	6	6	9	6	6	4	6	62
15	12	9	15	16	16	15	12	15	12	25	147
16	20	25	25	25	16	15	15	20	20	25	206
17	16	16	25	25	20	25	12	15	20	15	189
18	15	15	10	12	12	8	9	9	9	12	111
19	9	9	4	9	9	16	9	12	12	10	99
20	6	9	12	4	10	15	9	6	8	12	91
21	20	20	8	2	6	9	9	6	3	3	86
22	25	20	25	16	20	25	16	20	20	20	207
23	25	25	20	25	20	20	20	25	20	25	225
24	25	20	16	12	25	15	20	9	12	20	174
25	9	4	6	15	4	8	9	6	8	6	75
26	16	12	15	20	12	20	15	9	12	15	146
27	20	20	16	20	15	16	16	25	12	10	170
28	20	12	16	20	16	20	12	16	20	12	164
29	20	12	16	16	20	20	16	20	15	20	175
30	15	12	15	20	20	16	12	12	20	25	167
31	20	16	20	25	20	16	16	16	20	20	189
32	9	20	16	9	16	6	9	6	15	4	110
33	12	20	20	20	16	16	16	16	16	20	172
34	12	8	25	25	16	16	25	9	9	6	151

35	25	25	16	20	20	25	25	20	25	25	226
36	9	9	2	9	9	6	6	9	12	8	79
37	15	15	12	15	15	20	20	20	25	15	172
38	9	9	20	8	15	20	20	16	25	5	147
39	20	20	20	20	12	20	20	16	12	12	172
40	16	20	25	25	16	20	20	20	20	20	202
41	12	8	25	25	20	16	10	4	9	5	134
42	25	25	16	15	12	25	16	12	15	10	171
43	8	15	8	20	20	15	10	20	8	25	149
44	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	90
45	12	15	15	12	8	25	20	12	15	4	138
46	25	16	20	25	20	20	25	20	25	16	212
47	15	15	15	20	25	20	25	4	10	20	169
48	25	20	16	25	25	8	9	9	10	12	159
49	25	20	25	25	20	25	25	20	20	16	221
50	20	16	20	20	25	20	25	16	20	20	202
51	12	16	16	20	20	16	16	16	16	16	164
52	12	12	12	25	25	20	12	12	6	12	148
53	16	10	15	15	12	6	15	4	15	12	120
54	12	12	12	20	16	16	25	25	25	15	178
55	25	25	16	16	16	25	25	25	20	20	213
56	20	20	20	20	20	12	12	12	12	20	168
57	10	16	16	16	15	25	16	20	9	12	155
58	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	160
59	20	25	25	16	25	20	25	20	20	20	216
60	20	25	20	16	20	16	20	20	20	20	197
61	20	20	25	20	20	16	25	20	20	16	202
62	15	2	4	3	15	8	4	9	12	20	92
63	6	9	9	9	9	9	6	9	9	15	90
64	12	9	12	12	9	9	6	6	9	12	96
65	12	8	9	9	10	20	20	20	8	15	131
66	15	10	8	12	25	15	16	20	20	12	153
67	20	20	20	20	20	20	16	20	20	20	196
68	8	15	15	8	20	8	6	9	25	8	122
69	12	8	25	25	16	12	15	9	12	8	142
70	20	20	20	16	15	15	20	15	15	12	168
71	16	20	25	20	20	8	4	9	9	9	140
72	16	25	20	20	25	25	16	16	20	20	203
73	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	250
74	20	20	20	25	25	25	20	16	16	20	207
75	16	12	15	20	12	15	25	20	9	12	156
76	15	15	20	16	12	10	4	9	12	8	121

77	16	16	20	20	20	16	20	25	20	16	189
78	10	20	16	20	20	10	15	15	12	20	158
79	5	20	16	20	10	10	6	6	15	12	120
80	20	16	16	20	25	25	20	20	16	25	203
81	20	12	25	15	20	12	25	25	16	15	185
82	20	20	20	20	20	20	20	25	25	12	202
83	9	25	16	16	4	6	20	20	12	9	137
84	25	20	20	16	16	16	20	25	25	16	199
85	16	20	15	15	20	20	20	25	25	20	196
86	20	16	16	16	16	16	16	16	16	16	164
87	20	20	9	9	8	16	20	10	10	12	134
88	20	12	10	25	20	16	16	15	15	12	161
89	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	160
90	25	20	16	16	20	25	20	16	16	20	194
91	12	10	15	12	2	5	15	12	6	6	95
92	25	20	20	20	16	20	15	15	20	20	191
93	12	12	9	9	6	9	9	12	9	9	96
94	16	20	15	9	6	9	6	6	15	16	118
95	15	12	16	16	20	25	20	16	20	25	185
96	20	12	20	25	16	20	20	20	20	20	193
<b>AVE</b>											<b>158,3</b>

Sumber : Data primer diolah

Dari hasil perhitungan indeks sikap konsumen terhadap atribut pada Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar dapat diketahui besarnya indeks sikap konsumen ( $A_b$ ) adalah sebesar 158,3. Untuk menginterpretasikan sikap konsumen dalam kategori positif atau negatif dapat dilakukan dengan skala interval sebagai berikut :

$$\text{Skala Interval} = \{a(m-n)\}/b$$

dimana :

a = jumlah atribut

m = skor tertinggi yang mungkin terjadi

n = skor terendah yang mungkin terjadi

b = jumlah skala penilaian yang ingin dibentuk

Dari rumusan di atas dapat dicari skala interval sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Skor maksimum} &= 10 (5 \times 5) \\ &= 250 \\ \text{Skor minimum} &= 10 (1 \times 1) \\ &= 10 \\ \text{Skala Interval} &= 10 (25 - 1) / 5 \\ &= 48 \end{aligned}$$

Interpretasi terhadap sikap :

- Skor sikap 203 sampai dengan 250 : Sangat positif
- Skor sikap 155 sampai dengan 202 : Positif
- Skor sikap 107 sampai dengan 154 : Netral
- Skor sikap 59 sampai dengan 106 : Negatif
- Skor sikap 10 sampai dengan 58 : Sangat negatif

Berdasarkan ilustrasi di atas, angka 158,3 menunjukkan sikap konsumen terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar adalah positif. Sikap konsumen bernilai positif mencerminkan ekspresi perasaan konsumen tersebut suka terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.

#### b. Menentukan Indeks Norma Subyektif (SN)

Setelah dilakukan penghitungan terhadap hasil jawaban keyakinan normatif (NBj) dan skor motivasi (MCj) maka dapat dihitung besarnya indeks norma subyektif pada masing-masing kelompok referen. Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan indeks sikap konsumen adalah :

$$SN = \sum_{j=1}^m NB_j \cdot MC_j$$

Norma subyektif dihitung dengan cara mengalikan skor keyakinan normatif dan motivasi pada masing-masing responden. Selanjutnya hasil perkalian tersebut dihitung rata-rata dari 96 responden tersebut, sehingga diperoleh rata-rata norma subyektif seperti pada tabel dibawah ini :

**Tabel VI**  
**Norma Subyektif (SN)**

No	SN1	SN2	SN3	Norma Subjektif
1	6	4	6	16
2	9	9	4	22
3	9	6	6	21
4	6	6	9	21
5	25	25	20	70
6	12	6	9	27
7	12	9	8	29
8	9	9	6	24
9	4	2	4	10
10	16	12	9	37
11	12	9	6	27
12	6	6	6	18
13	1	1	1	3
14	2	6	4	12
15	9	9	9	27
16	4	4	2	10
17	15	10	8	33
18	2	6	2	10
19	9	9	9	27
20	12	9	9	30
21	6	4	6	16
22	16	25	16	57
23	4	4	4	12
24	9	16	16	41
25	6	9	2	17
26	16	16	16	48
27	6	9	4	19

28	9	9	9	27
29	12	12	12	36
30	20	25	25	70
31	4	4	4	12
32	2	15	3	20
33	4	4	4	12
34	6	6	4	16
35	16	16	16	48
36	9	9	9	27
37	9	6	12	27
38	6	6	9	21
39	16	16	20	52
40	9	9	6	24
41	4	9	12	25
42	12	10	3	25
43	9	6	9	24
44	9	9	9	27
45	4	6	1	11
46	1	2	6	9
47	9	9	16	34
48	6	9	9	24
49	25	25	25	75
50	9	9	9	27
51	6	6	4	16
52	9	9	16	34
53	15	2	15	32
54	6	10	15	31
55	4	12	9	25
56	4	9	4	17
57	1	1	4	6
58	16	16	12	44
59	6	4	4	14
60	4	4	9	17
61	20	20	20	60
62	4	4	4	12
63	9	9	9	27
64	9	12	4	25
65	1	1	20	22
66	9	9	15	33
67	25	20	20	65
68	6	9	9	24
69	20	20	20	60

70	4	12	12	28
71	4	3	6	13
72	12	12	12	36
73	16	16	16	48
74	20	16	20	56
75	12	12	12	36
76	9	6	6	21
77	2	2	9	13
78	9	9	9	27
79	8	6	6	20
80	25	25	25	75
81	4	20	10	34
82	6	6	6	18
83	1	1	1	3
84	9	6	6	21
85	6	8	6	20
86	16	16	16	48
87	10	12	9	31
88	6	6	6	18
89	16	16	16	48
90	25	25	25	75
91	4	4	2	10
92	9	15	6	30
93	9	9	9	27
94	6	6	6	18
95	20	20	16	56
96	20	25	20	65
<b>AVE</b>				<b>29,33333</b>

Sumber : Data primer diolah

Dari hasil perhitungan norma subyektif terhadap kelompok referen pada Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar dapat diketahui besarnya norma subyektif (SN) adalah sebesar 29,33. Untuk menginterpretasikan norma subyektif dalam kategori positif atau negatif dapat dilakukan dengan skala sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Skor maksimum} &= 3 (5 \times 5) \\ &= 75 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Skor minimum} &= 3 (1 \times 1) \\
 &= 3 \\
 \text{Skala Interval} &= 3 (25 - 1) / 5 \\
 &= 14,4
 \end{aligned}$$

Interpretasi terhadap norma subjektif :

- Skor norma subjektif 60,7 sampai dengan 75 : Sangat positif
- Skor norma subjektif 46,3 sampai dengan 66,6 : Positif
- Skor norma subjektif 31,9 sampai dengan 46,2 : Netral
- Skor norma subjektif 17,5 sampai dengan 31,8 : Negatif
- Skor norma subjektif 3 sampai dengan 17,4 : Sangat negatif

Berdasarkan ilustrasi diatas, angka 29,33 menunjukkan norma subjektif terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar adalah negatif. Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa variabel norma subyektif tidak memberikan pengaruh yang berarti, artinya konsumen tidak menuruti saran dan motivasi dari referen untuk membeli jasa di Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.

c. Menentukan Indeks Minat Konsumen

$$\begin{aligned}
 B \sim BI &= w_1 A_b + w_2 SN \\
 &= 0,198 (158,3) + 0,019 (29,33) \\
 &= 31,343 + 0,55727 \\
 &= 31,90027
 \end{aligned}$$

Untuk menginterpretasikan minat dalam kategori positif atau negatif dapat dilakukan dengan skala sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Skor maksimum} &= 2 (5 \times 5) \\ &= 50\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Skor minimum} &= 2 (1 \times 1) \\ &= 2\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Skala Interval} &= 2 (25 - 1) / 5 \\ &= 9,6\end{aligned}$$

Interpretasi terhadap norma subjektif :

- Skor norma subjektif 40,5 sampai dengan 50 : Sangat positif
- Skor norma subjektif 30,9 sampai dengan 40,4 : Positif
- Skor norma subjektif 21,3 sampai dengan 30,8 : Netral
- Skor norma subjektif 11,7 sampai dengan 21,2 : Negatif
- Skor norma subjektif 2 sampai dengan 11,6 : Sangat negatif

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden berminat terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan yang menunjukkan angka 31,90027.

#### **D. Analisa dan Pembahasan**

Untuk ketepatan dan kehandalan dari kuesioner maka dilakukan pra penelitian. Maka dalam penelitian ini diperlukan alat ukur yang valid dan reliable. Alat ukur tersebut diuji dengan validitas dan reliabilitas. Ada dua macam uji validitas

dan reliabilitas. Pertama adalah uji validitas dan reliabilitas kuisioner. Pengujian ini dilakukan terhadap 30 responden. Kedua, uji validitas dan reliabilitas data. Uji ini dilakukan setelah kuisioner dinyatakan valid. Data didapat dari hasil pengisian kuisioner sejumlah sampel (96 responden).

#### 1. Uji Validitas

Validitas dimaksudkan untuk menyatakan sejauh mana data yang ditampung pada suatu kuesioner akan mengukur apa yang ingin diukur.

Pengujian dilakukan dengan mengkorelasikan skor pada masing-masing item dengan skor totalnya kemudian diolah dengan bantuan program SPSS 12.0. Untuk menghitung koefisien korelasi digunakan metode korelasi *product moment pearson*. Dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% dan  $n = 30$  korelasi product moment berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan seberapa kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain.

Suatu instrument yang diuji dikatakan valid dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika koefisien  $r_{hitung} \geq 0,361$  maka butir atau variabel tersebut valid.
- Jika koefisien  $r_{hitung} < 0,361$  maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

Hasil Uji Validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut dibawah ini :

**Tabel VII**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Atribut	$r_{hitung}$	Keterangan
Evaluasi	ei1	0.469	Valid
	ei2	0.491	Valid
	ei3	0.410	Valid
	ei4	0.670	Valid
	ei5	0.682	Valid

	ei6	0.387	Valid
	ei7	0.569	Valid
	ei8	0.547	Valid
	ei9	0.717	Valid
	ei10	0.427	Valid
Keyakinan	bi1	0.817	Valid
	bi2	0.433	Valid
	bi3	0.612	Valid
	bi4	0.434	Valid
	bi5	0.661	Valid
	bi6	0.630	Valid
	bi7	0.559	Valid
	bi8	0.753	Valid
	bi9	0.720	Valid
	bi10	0.647	Valid
Motivasi	MCj1	0.801	Valid
	MCj2	0.830	Valid
	MCj3	0.771	Valid
Keyakinan Normatif	NBj1	0.848	Valid
	NBj2	0.744	Valid
	NBj3	0.861	Valid

Sumber : Data primer diolah

Tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang terdiri dari masing-masing 10 butir pada evaluasi, 10 butir pertanyaan keyakinan, 3 butir pertanyaan motivasi konsumen, serta 3 butir pertanyaan keyakinan normatif dapat dinyatakan valid karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Dengan demikian seluruh butir pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur data secara tepat. Untuk variabel minat beli tidak dilakukan uji validitas, karena pertanyaan hanya terdapat satu butir, sehingga tidak dapat dilakukan uji validitas.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu

hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang kali. (Husein Umar, 2003:79).

Metode yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah *conbrach' s coefficient alpha*. Nilai yang dapat dikatakan reliabel manakala nilai koefisien alfa lebih besar atau sama dengan 0,6. Koefisien ini bermanfaat untuk menyelidiki konsistensi dan homogenitas di antara butir-butir pertanyaan dalam kuesioner.

Suatu instrument tes yang diuji dikatakan reliabel dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika  $\alpha_{hitung} \geq 0,6$  maka butir atau variabel tersebut reliabel.
- Jika  $\alpha_{hitung} < 0,6$  maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

Hasil uji reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut dibawah ini :

**Tabel VIII**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha ( $\alpha$ )	Keterangan
Evaluasi	0,710	Reliabel
Keyakinan	0,827	Reliabel
Motivasi	0,714	Reliabel
Keyakinan normative	0,749	Reliabel

*Sumber : Data primer diolah*

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas, dapat diketahui bahwa nilai *koefisien alpha cronbach* ( $\alpha$ ) untuk evaluasi, keyakinan, motivasi dan keyakinan normatif lebih besar dari 0,600. Dengan demikian, butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian ini dapat dinyatakan reliable dan dapat digunakan untuk penelitian. Untuk variabel minat beli tidak dilakukan uji reliabilitas, karena pertanyaan hanya terdapat satu butir.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk menentukan apakah ada pengaruh variabel sikap dan norma subjektif terhadap minat beli. Pengaruh tersebut ditunjukkan melalui koefisien regresi. Berikut persamaan regresi linear berganda yang dimaksud :

$$Y = a + w_1 \cdot X_1 + w_2 \cdot X_2$$

dimana :

$Y$  = Minat konsumen

$X_1$  = Sikap

$X_2$  = Norma subjektif

$a$  = Konstanta

$w$  = Koefisien regresi

Berdasarkan tabel di bawah ini menunjukkan hasil olah data yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 12.0.

**Tabel IX**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel	Koefisien Regresi	Koefisien Beta	t hitung	Sig.
Sikap ( $x_1$ )	0,198	0,753	11,016	0,000
Norma Subjektif ( $x_2$ )	0,019	0,099	1,442	0,153
Konstanta =	0,272			
R =	0,799			
R <sup>2</sup> =	0,638			
Adj R <sup>2</sup> =	0,630			
F hitung =	81,951			
N =	96			

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda di atas, maka didapat

persamaan variabel sikap konsumen dan norma subyektif yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar sebagai berikut :

$$Y = 0,272 + 0,198X_1 + 0,019X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka dapat diberikan interpretasi sebagai berikut :

1. Konstanta (a) = 0,272

Artinya apabila sikap konsumen dan norma subyektif tidak ada atau sama dengan nol maka minat beli konsumen terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar akan mempunyai harga sebesar 0,272 point.

2.  $w_1 = 0,198$

Artinya apabila sikap konsumen semakin baik (bertambah satu point) maka minat terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar akan meningkat sebesar 0,198 point, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan.

3.  $w_2 = 0,019$

Artinya apabila variabel norma subyektif semakin baik (bertambah satu point) maka minat terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar akan meningkat sebesar 0,019 point, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan.

4. Koefisien Regresi Berganda (R) dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel X**  
**Koefisien Regresi Berganda (R) dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.799(a)	.638	.630	.67530

*Sumber : Data primer diolah*

Untuk mengukur hubungan antara variabel-variabel independen secara keseluruhan dengan variabel dependen dapat dilihat pada besarnya koefisien korelasi berganda (R). Berdasarkan hasil analisa data, koefisien korelasi berganda sebesar 0,799 maka koefisien korelasi tersebut mendekati 1 (satu), yang artinya terdapat hubungan yang erat antara variabel sikap konsumen, norma subjektif dan minat.

Sedangkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan sebagai alat analisa untuk menunjukkan besarnya kontribusi dari variabel independen secara bersama-sama atau keseluruhan terhadap variabel dependen. Dari hasil perhitungan regresi didapat nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,638 yang artinya 63,8 % dari minat beli konsumen dipengaruhi secara bersama-sama oleh variabel sikap dan norma subjektif, sedangkan sisanya sebesar 36,2 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

## 5. Menentukan Variabel Independent yang Paling Dominan

**Tabel XI**  
**Variabel Independen yang Paling Dominan**

Variabel	Regression Coefficient	Sig t	partial (r)	$r^2$
Sikap	0,198	0,000	0,752	0,565504
Norma Subjektif	0,019	0,153	0,148	0,021904
Constanta	0,272			

*Sumber : Data Primer diolah*

Untuk menjawab variabel independen manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi minat beli digunakan nilai partial dari hasil regresi. Hasil analisis regresi linier berganda dengan nilai partial yang telah dikuadratkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel sikap konsumen mempunyai koefisien yang paling besar ( $r^2 = 0,565504$ ) dibandingkan variabel independen lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sikap konsumen merupakan aspek yang paling berpengaruh terhadap minat beli jasa di Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.

#### 6. Pengujian Hipotesis

##### a. Uji F (Pengujian secara bersama-sama)

Untuk membuktikan apakah secara bersama-sama dimensi yang meliputi: variabel sikap dan norma subjektif mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli maka digunakan uji F. Adapun hasil pengujiannya adalah sebagai berikut :

**Tabel XII**  
**Hasil Uji F**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	74,745	2	37,373	81,951	.000(a)
	Residual	42,411	93	.456		
	Total	117,156	95			

Sumber : Data primer diolah

Dari tabel diatas hasil perhitungan ANOVA dengan menggunakan *software* SPSS 12.0 diketahui bahwa nilai probabilitas untuk Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar adalah 0,000. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dikarenakan nilai probabilitas lebih kecil dari taraf

signifikansi yaitu  $0,000 < 0,05$ . Artinya sikap dan norma subjektif secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli.

b. Uji t (Pengujian secara parsial)

Untuk membuktikan apakah variabel sikap dan norma subjektif secara individu mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat maka dilakukan uji t.

Hasil pengujian sebagai berikut :

**Tabel XIII**  
Hasil Uji t (secara parsial)

Model	t	Sig.	Correlations		
			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	1.011	.315			
X1	11.016	.000	.794	.752	.687
X2	1.442	.153	-.407	.148	.090

Sumber : Data Primer Diolah

Hasil perhitungan dengan menggunakan *software* SPSS 12.0 diketahui bahwa nilai probabilitas untuk untuk  $X_1$  (sikap konsumen) sebesar 0,000 dan  $X_2$  (norma subjektif) sebesar 0,153. Dikarenakan nilai probabilitas  $X_1$  (sikap konsumen) lebih kecil dari taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya variabel sikap konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

Probabilitas  $X_2$  (norma subjektif) sebesar  $0,153 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya variabel norma subjektif tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat. Hal ini berarti konsumen tidak menuruti saran dan motivasi dari referen untuk membeli jasa Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.

Berdasarkan hasil temuan, responden memberikan sikap yang positif terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar. Hal ini akan berdampak positif pula terhadap minat beli yang merupakan faktor internal untuk melakukan keputusan beli di masa yang akan datang. Poin ini yang harus bisa dimanfaatkan produsen agar dapat mempertahankan sikap yang telah terbentuk sehingga konsumen dapat merealisasikan minat mereka menjadi perilaku yaitu dengan memanfaatkan Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar. Di sisi lain, norma subjektif yang terbentuk adalah negatif, hal ini bisa diakibatkan banyak hal. Mungkin dengan ketidakcocokan komunikasi dengan kenyataan yang ada, ketidaksesuaian harapan dan lain sebagainya, yang pasti faktor eksternal ini harus mendapat perhatian lebih guna memberi kepuasan terhadap konsumen. Namun secara keseluruhan minat masyarakat terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar adalah positif, artinya dengan terbentuknya sikap yang positif, Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar memiliki peluang yang besar untuk memperoleh pangsa pasar tentunya sambil membenahi norma subjektif agar bisa lebih baik di masa mendatang.

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Berdasarkan karakteristik konsumen yang didapat 96 responden yang ikut berpartisipasi dalam memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian melalui pengisian kuisisioner, sebagian besar adalah kaum wanita dengan prosentase sebesar 51%, sedang kaum pria sebesar 49 %. Untuk usia didominasi golongan umur diantara 20 – 29 tahun dengan 47,9%, sedangkan pendidikan terakhir didominasi SLTA/ sederajat dengan 41,7% serta penghasilan di atas Rp 2.000.000.
2. Berdasarkan analisis model Fishbein, dapat disimpulkan bahwa : Sikap konsumen terhadap atribut Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar adalah positif dengan skor 158,3. Sedangkan norma subyektif terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar adalah negatif dengan indeks sebesar 29,33. Secara keseluruhan, minat beli masyarakat adalah positif dengan angka 31,90027. Ini berarti minat konsumen terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar tinggi.

3. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dapat disimpulkan bahwa : Ada pengaruh positif antara sikap dan norma subyektif terhadap minat memilih Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar baik itu secara bersama-sama menggunakan uji F dengan nilai probabilitas untuk Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar adalah  $0,000 < 0,05$ . Adapun uji t menunjukkan bahwa sikap konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan norma subjektif tidak memberi pengaruh secara signifikan terhadap minat dikarenakan probabilitasnya sebesar  $0,153 > 0,05$ .
4. Variabel yang dominan mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar adalah sikap kosumendengan  $r^2$  sebesar 0,565504.
5. Minat beli masyarakat terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar secara keseluruhan termasuk kedalam kategori positif, yang berarti keinginan masyarakat untuk membeli jasa Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.

#### **B. Saran-saran**

Berdasarkan analisis dan kesimpulan hasil penelitian, dapat disampaikan beberapa saran dari peneliti yaitu :

1. Mengacu pada karakteristik konsumen dalam penelitian ini, bahwa kaum

wanita adalah yang paling berminat terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar dengan kelompok usia antara 20 – 29 tahun yang berpenghasilan di atas Rp 2.000.000, merupakan peluang yang bisa dipertimbangkan guna menindaklanjuti minat sehingga bermuara pada keputusan beli.

2. Dengan terbentuknya sikap masyarakat yang positif terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar, produsen harus mempertahankan sikap yang telah terbentuk sehingga konsumen dapat merealisasikan minat mereka menjadi perilaku yaitu dengan memanfaatkan Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.
3. Manajemen Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar perlu memperhatikan norma subjektif masyarakat supaya dimasa mendatang meningkat, hal ini dapat dilakukan dengan promosi untuk membentuk image Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar agar lebih meyakinkan masyarakat.

**FAKTA INTEGRITAS**  
**( Karya Ilmiah Mahasiswa)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : JUNIAR LAORA SIREGAR  
NPM : 135000124  
Fakultas : Ekonomi Universitas Simalungun (USI)  
Program Studi : Ekonomi Manajemen  
Alamat : Jalan KolNo. 33 Pematangsiantar

Menyatakan bahwa, Skripsi saya yang berjudul : **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar”**, adalah asli karya sendiri, bebas plagiat.

Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti dan terdapat plagiat dalam karya tersebut maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan sebagaimana tertulis dalam Pasal 12, ayat (2) Permendiknas RI Nomor : 17 Tahun 2010.

Pematangsiantar, Maret 2017

Yang Membuat Fakta Integritas



( JUNIAR LAORA SIREGAR )



**KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA**  
**BADAN PENGEMBANGAN DAN PEMBERDAYAAN**  
**SUMBERDAYA MANUSIA KESEHATAN**  
**POLITEKNIK KESEHATAN KEMENKES MEDAN**

Jl. Jamin Ginting KM. 13,5 Kel. Lau Cih Medan Tuntungan Kode Pos : 20136

Telepon : 061-8368633 - Fax : 061-8368644

Website : [www.poltekkes-medan.ac.id](http://www.poltekkes-medan.ac.id) , email : [poltekkes\\_medan@yahoo.com](mailto:poltekkes_medan@yahoo.com)



31 Maret 2017

Nomor : DM.01.04/00/03/334/2017  
Lamp : -  
Perihal : Izin Penelitian

Yth :  
Rektor Universitas Simalungun  
di-  
Pematangsiantar

Memenuhi maksud surat Wakil Rektor I Universitas Simalungun No. 153/B.02/USI/2017 tanggal 24 Maret 2017, perihal Izin Penelitian di Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.

Sehubungan dengan hal diatas, maka kami memberikan izin kepada mahasiswa yang namanya tersebut dibawah ini :

Nama	NPM	Fakultas	Jurusan	Judul Diskripsi
Juniar Laora Siregar	135000124	Ekonomi	Manajemen	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar

untuk melaksanakan penelitian di Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar. Selama pelaksanaan penelitian, mahasiswa harus mematuhi tata tertib yang berlaku di Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan Program Studi Kebidanan Pematangsiantar.

Demikian kami sampaikan, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua

Studi Kebidanan

Pematangsiantar



Angku S. W. S. T. M. Keb

4242001122002