

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN MEMILIH PROGRAM STUDI PERBANKAN
SYARIAH IAIN PAREPARE (STUDI ALUMNI SMK)**



Oleh
HANIKA
NIM 15.2300.184

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

**PENGARUH PERSEPSI DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN MEMILIH PROGRAM STUDI PERBANKAN
SYARIAH IAIN PAREPARE (STUDI ALUMNI SMK)**



Oleh
HANIKA
NIM 15.2300.184

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

**PENGARUH PERSEPSI DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN MEMILIH PROGRAM STUDI PERBANKAN
SYARIAH IAIN PAREPARE (STUDI ALUMNI SMK)**

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



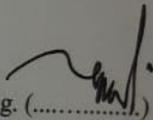
**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

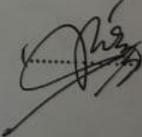
PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Hanika
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi dan Promosi terhadap
Keputusan Memilih Program Studi Perbankan
Syariah IAIN Parepare (Studi Alumni SMK)
Nomor Induk Mahasiswa : 15.2300.184
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
No. B.3308/In.39/PP.00.09/12/2018

Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Kamal Zubair, M. Ag. (.....)

NIP : 197130129 200501 1 004

Pembimbing Pendamping : Dr. Syahriyah Semaun, S.E., M.M. (.....)

NIP : 197111111 199803 2 003

Mengetahui :

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP. 19730129 200501 1 004

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH IAIN PAREPARE (STUDI ALUMNI SMK)

Disusun dan diajukan oleh

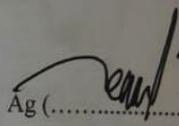
HANIKA

NIM 15.2300.184

telah dipertahankan di depan sidang ujian munaqasyah
pada tanggal 15 Januari 2020
dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Kamal Zubair, M. Ag (.....) 
NIP : 197130129 200501 1 004

Pembimbing Pendamping : Dr. Syahriyah Semaun, S.E., M.M. (.....) 
NIP : 197111111 199803 2 003


Rektor,
Institut Agama Islam Negeri Parepare
Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si
NIP. 19640427 198703 1 002


Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag
NIP. 19730129 200501 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi dan Promosi terhadap
Keputusan Memilih Program Studi Perbankan
Syariah IAIN Parepare (Studi Alumni SMK)

Nama Mahasiswa : Hanika

Nomor Induk Mahasiswa : 15.2300.184

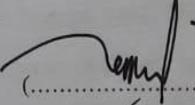
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

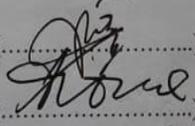
Program Studi : Perbankan Syariah

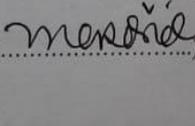
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
No. B.3308/In.39/PP.00.09/12/2018

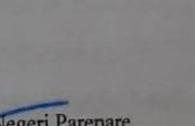
Tanggal Kelulusan : 24 Januari 2020

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. (Ketua) 

Dr. Syahriyah Semaun, S.E., M.M. (Sekretaris) 

Dr. Firman, M.Pd. (Anggota) 

Dr. Arqam Majid, S.Pd., M.Pd. (Anggota) 

Mengetahui :


Rektor,
Institut Agama Islam Negeri Parepare
Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si
NIP. 19640427 198703 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Program Studi Perbankan Syariah IAIN Parepare (Studi Alumni SMK)”. Salawat dan salam kepada Nabiullah Muhammad SAW. Nabi yang menjadi panutan kita semua. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan serta do’a dari berbagai pihak. Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayahanda tercinta Sultan dan Ibunda tercinta Suriani dan yang telah memberikan do’a tulusnya, sehingga penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan dan menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. sebagai “Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” dan Bapak Dr. Zainal Said, M.H. sebagai “Wakil Dekan I FEBI” serta Bapak Drs. Moh Yasin Soumena, M.Pd.

- sebagai “Wakil Dekan II FEBI”. atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa (i) IAIN Parepare.
3. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M. Ag. selaku “Dosen Pembimbing Utama” dan Ibu Dr. Syahriyah Semaun, S.E. M.M. selaku “Dosen Pembimbing Pendamping” atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan sejak awal hingga akhir penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
 4. Ibu Dr. Hj. Muliati, M. Ag. selaku Penasehat Akademik khusus untuk penulis atas arahnya sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik.
 5. Bapak dan Ibu dosen Program Studi “Perbankan Syariah” yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
 6. Bapak dan Ibu Staf dan admin Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu dan memberi support penulis selama studi di IAIN Parepare.
 7. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh stafnya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare.
 8. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
 9. Ibu Umaima, S.Sy., M.E.I. terima kasih telah menginspirasi dan memberikan bantuan pemikiran dan semangat kepada penulis.
 10. Sahabat-sahabat grup seperjuangan “Meriang Fams” Zulkifli Faturrahman, Dina Pratiwi, Amal, Musnandar, Zul fachire Husain, Imran Asis, Muh Nur

Anggeryani Syam, Nurlina Darmadi dan Iin Andini yang telah menjadi teman seperjuangan dikala susah maupun senang dalam melaksanakan studi di IAIN Parepare.

11. Sahabat-sahabat Perbankan Syariah yang memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis tak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun materil hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT berkenan menilai segala kebaikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini, karena penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna akan tetapi besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Parepare, 06 Maret 2020
Penulis,



Hanika
NIM. 15.2300.184

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Hanika
NIM : 15.2300.184
Tempat/Tgl. Lahir : Siwa, 6 November 1996
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi dan Promosi terhadap
Keputusan Memilih Program Studi Perbankan
Syariah IAIN Parepare (Studi Alumni SMK)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 06 Maret 2020
Penyusun



Hanika
NIM. 15.2300.184

ABSTRAK

Hanika, *Pengaruh Persepsi dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Program Studi Perbankan Syariah IAIN Parepare (Studi Alumni SMK)*. Dibimbing oleh bapak Muhammad Kamal Zubair selaku pembimbing utama dan ibu Syahriyah Semaun selaku pembimbing kedua.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi dan promosi terhadap keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah IAIN Parepare. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana pengaruh persepsi dan promosi dapat mempengaruhi keputusan memilih mahasiswa alumni SMK yang memilih program studi Perbankan Syariah IAIN Parepare.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data yaitu teknik uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji korelasi ganda, uji T (parsial), uji F (simultan), uji hipotesis, dan uji regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan 1. Variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi perbankan syariah IAIN Parepare. Dengan demikian dapat disimpulkan H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. 2. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi perbankan syariah IAIN Parepare. Dengan demikian dapat disimpulkan H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$. 3. Variabel persepsi yang paling dominan berpengaruh secara simultan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. 4. Besar hubungan persepsi dan promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi perbankan syariah IAIN Parepare dalam korelasi ganda yaitu dengan nilai $0,725 > 0,05$. Dengan interpretasi koefisien tinggi. 5. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi dan promosi yaitu dari hasil uji parsial variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi perbankan syariah IAIN Parepare. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi perbankan syariah IAIN Parepare. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$.

Kata Kunci : Persepsi, Promosi, Keputusan Memilih.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGAJUAN	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	vii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Kegunaan Penelitian	4
BAB II TINJAUAN TEORI	
2.1. Deskripsi Teori	6
2.1.1. Persepsi.....	6
2.1.2. Promosi.....	9
2.1.3. Tinjauan Tentang Sekolah Menengah Kejuruan.....	13
2.1.4. Tinjauan Tentang Perguruan Tinggi	19
2.1.5. Teori Kepuasan Memilih	21

2.1.6. Teori Pengambilan Keputusan.....	22
2.2. Tinjauan Hasil Penelitian Relevan.....	25
2.3. Bagan Kerangka Pikir	29
2.4. Kerangka Konseptual.....	30
2.5. Hipotesis.....	32
2.5. Devinisi Operasional Variabel.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	36
3.2. Lokasi dan Waktu Penelntian.....	37
3.3. Populasi dan Sampel	37
3.4. Tekhnik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	39
3.5. Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	57
4.3. Pengujian Instrumen Penelitian	59
4.4. Pembahasan	80
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	87
5.2. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
1	Bagan Kerangka Pikir	31
2	Kerangka Konseptual	31
3	Kurva Uji T	80
4	Histogram Persepsi	84
5	Histogram Promosi	84
6	Histogram Keputusan Memilih	85
7	<i>Scatterplot</i>	86

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 4.1.	Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2.	Umur	58
Tabel 4.3.	Hasil Jawaban Persepsi	60
Tabel 4.4.	Hasil Statistik Deskriptif (X1)	60
Tabel 4.5.	Skor Klasifikasi	61
Tabel 4.6.	Hasil Jawaban Promosi	62
Tabel 4.7.	Hasil Statistik Deskriptif (X2)	62
Tabel 4.8.	Skor Klasifikasi	63
Tabel 4.9.	Hasil Jawaban Keputusan Memilih	63
Tabel 4.10	Hasil Statistik Deskriptif (Y)	64
Tabel 4.11.	Skor Klasifikasi	64

Tabel 4.12.	Rekap Uji Validitas Variabel Persepsi (X_1)	65
Tabel 4.13.	Rekap Uji Validitas Variabel Promosi (X_2)	66
Tabel 4.14.	Rekap Uji Validitas Variabel Keputusan Memilih (Y)	67
Tabel 4.15.	Reabilitas Variabel X_1	69
Tabel 4.16.	Reabilitas Variabel X_2	70
Tabel 4.17.	Reabilitas Variabel Y	71
Tabel 4.18.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	72
Tabel 4.19.	Korelasi Ganda R Model Summary	73
Tabel 4.20.	Coefficient Pearson Product Moment	115
Tabel 4.21.	Coefficient Uji T Parsial	74
Tabel 4.22.	Anova	76
Tabel 4.23.	Residuals Statistics ^a	78
Tabel 4.24.	Coefficient	79
Tabel 4.25.	Coefficient	82

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Izin Penelitian dari IAIN Parepare	99
2	Surat Izin Penelitian dari SINTAP	100
3	Surat Keterangan Penelitian dari IAIN Parepare	101
4	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Variabel Persepsi (X_1)	102
5	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Variabel	104

	Promosi (X2)	
6	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Variabel Keputusan Memilih (Y)	106
7	Tabel SPSS	108
8	R Tabel	118
9	Kuisisioner	119
10	Dokumentasi Penelitian	123
11	Riwayat Hidup	124



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Alumni SMK yang telah menekuni bidang kejuruan di bangku sekolah diharapkan mampu melanjutkan pendidikan yang sesuai dengan keinginan dan keputusannya. Walaupun sebenarnya alumni SMK telah dipersiapkan untuk menekuni dunia kerja bagi yang ingin membuka peluang usaha setelah lulus di bangku sekolah. Siswa yang sedang memasuki pendidikan menengah, seperti siswa SMK, berarti berada pada pintu gerbang untuk memasuki dunia pendidikan tinggi. Pada tahap ini pula, siswa SMK bersiap untuk di dunia kerja yang penuh tantangan dan kompetisi. Secara psikologis, masa tersebut merupakan masa pematangan kedewasaan. Pada tahap ini anak mulai mengidentifikasi profesi dan jati dirinya secara utuh. Siswa SMK pasti memiliki motivasi untuk mencapai tujuan mereka nanti, untuk melanjutkan perguruan tinggi, atau pun untuk bekerja.¹Pentingnya melanjutkan pendidikan di bangku perguruan tinggi dikarenakan sudah banyak perusahaan ataupun usaha kecil dan menengah yang memilih alumni Strata 1 sebagai calon pegawai.

Program studi perbankan syariah IAIN Parepaare sejak pertama kali diresmikan pada tahun 2014 selalu memiliki peminat yang lebih banyak setiap tahunnya. Setiap tahun pula IAIN Parepaare terus berinovasi dan mengoptimalkan sarana dan prasarana yang sangat memberikan kenyamanan bagi mahasiswa dalam menjalani proses belajar mengajar. Pihak kampus juga setiap tahun melakukan

¹Ilmoe Josef, *Motivasi Melanjutkan Studi Siswa SMTA Di DIY*, (Yogyakarta: FIP IKIP Yogyakarta, 1984). h 20.

kunjungan ke sekolah-sekolah yang ada di daerah Ajatappareng untuk melakukan promosi dan pendekatan mereka yang ingin melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Tujuannya yaitu untuk menarik calon peserta untuk melanjutkan pendidikan di bangku perkuliahan yang sesuai dengan jurusan dan program studi yang ditawarkan. Promosi diberbagai kegiatan dan adanya bantuan beasiswa bagi yang kurang mampu, berprestasi dan penghawal al-qur'an dinilai sukses menarik minat calon peserta didik baru untuk menjadi bagian dari kampus hijau IAIN Parepare.

Persepsi masyarakat terhadap IAIN Parepare sebagai kampus agama juga semakin bertambah dan layak bersaing dengan kampus lain yang ada di Parepare khususnya, dan Sulawesi Selatan umumnya. Hal ini dikarenakan semakin banyak pendaftar mahasiswa baru dari berbagai daerah tak hanya dari Sulawesi Selatan. Kegiatan-kegiatan kampus yang bersifat keagamaan selalu berhasil menambah point plus bagi IAIN Parepare

Hal ini sejalan dengan dengan berkembang pesatnya dunia perbankan baik konvensional maupun syariah. Kesempatan kerja, citra yang baik di mata masyarakat dan bonus yang menjanjikan bagi pegawai bank mampu menghipnotis masyarakat khususnya mahasiswa dan lulusan bangku sekolah untuk bergabung menjadi karyawan perbankan. Sehingga calon pelamar akan mempersiapkan diri seperti memilih program studi perbankan syariah sewaktu dibangku perkuliahan agar memiliki pengetahuan dasar sebelum mendaftar sebagai pegawai bank.

Observasi awal yang penulis temukan bahwa banyak mahasiswa alumni SMK yang memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare merasa kurang cocok karena mengambil program studi yang tidak sesuai dengan jurusan yang

mereka ambil sebelumnya di bangku sekolah. Padahal seharusnya sebelum memilih program studi di perguruan tinggi atau universitas, sudah ada pertimbangan yang matang dan keputusan yang sesuai dengan minat dan bakat yang dimiliki, sehingga tidak ada penyesalan di u hari dan menganggap diri mereka salah memilih program studi.

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Apakah variabel persepsi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare ?
- 1.2.2 Apakah variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare ?
- 1.2.3 Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare ?
- 1.2.4 Seberapa besar hubungan persepsi dan promosi terhadap keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare ?
- 1.2.5 Adakah hubungan positif dan signifikan antara persepsi dan promosi dengan keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare ?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Untuk mengetahui apakah faktor atau variabel persepsi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare.

- 1.3.2 Untuk mengetahui apakah faktor atau variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare.
- 1.3.3 Untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare.
- 1.3.4 Untuk mengetahui besar hubungan persepsi dan promosi terhadap keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare
- 1.3.5 Untuk mengetahui hubungan positif dan signifikan antara persepsi dan promosi dengan keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang cukup signifikan sebagai masukan pengetahuan atau literatur ilmiah yang dapat dijadikan bahan kajian bagi para insan akademik yang sedang mempelajari pengaruh seseorang dalam pilihannya, khususnya mengenai pengaruh mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi kampus IAIN Parepare dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk diadikann acuan dan referensi bagi sivitas akademika.

1.4.2.2 Bagi mahasiswa IAIN Parepare dapat dijadikan referensi dalam penelitian ataupun penulisan proposal.

1.4.2.3 Bagi penulis sendiri, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan proses pembelajaran dan menambah wawasan ilmiah penulis dalam disiplin ilmu yang penulis tekuni.



BAB II

TINJAUAN TEORI

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1 Persepsi

Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala di sekitarnya. Persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan.² Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami informasi dalam lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Persepsi membantu seseorang dalam memilih, mengatur, menyimpan, dan menginterpretasikan rangsangan menjadi gambaran dunia yang utuh dan berarti. Oleh sebab itu persepsi berperan dalam penerimaan rangsangan, mengaturnya, dan menerjemahkan rangsangan yang sudah teratur itu untuk mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap. Indikator persepsi terdiri atas :

2.1.1.1. Respon

Respon dapat dimaknai sebagai jawaban, balasan, reaksi atau tanggapan. Dalam istilah psikologi, respon dikenal dengan proses memunculkan dan membayangkan kembali gambaran hasil pengamatan. Respon berasal dari kata *response*, yang berarti jawaban, balasan atau tanggapan. Dalam pembahasan teori respon, tidak terlepas dari proses teori komunikasi karena respon merupakan timbal

²Sugihartono, *Psikologi Pendidikan* (Yogyakarta: UNY Press, 2007), h. 32.

balik dari apa yang di komunikasikan terhadap orang-orang yang terlibat dalam proses komunikasi.³

2.1.1.2 Minat

Minat merupakan salah satu faktor yang ikut menentukan keberhasilan seseorang, baik dalam hal studi, pekerjaan, maupun aktivitas yang lain. Banyak ahli yang mengemukakan pendapatnya tentang minat yang berbeda-beda, namun pada dasarnya semua itu merupakan pendapat yang saling melengkapi satu sama lain. Minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan kegiatan yang disenangi secara terus menerus. Jadi berbeda dengan perhatian yang sifatnya sementara dan belum tentu disenangi.⁴ Minat besar sekali pengaruhnya terhadap semangat belajar. Jika anak-anak menyukai mata pelajaran tersebut, mereka akan antusias belajar. Hal ini juga akan memudahkan guru untuk mengajar. Sebaliknya, bila tidak berminat pada kegiatan tersebut, meski dipaksa pun tidak akan melakukannya.⁵ Adanya keinginan yang besar tersebut dengan sendirinya akan mendorong seseorang untuk lebih memusatkan perhatiannya terhadap sesuatu yang dimaksud.

Individu yang berminat untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi, tentunya akan lebih bergairah dan lebih memusatkan perhatiannya terhadap berbagai informasi yang berhubungan dengan perguruan tinggi. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Dari pendapat tersebut dapat

³Gulo Dali, *Kamus Psikologi* (Bandung: Pionor Jaya, 2003), h. 413

⁴Toyyibah Ibay, *Cara Belajar Gue Bangeeettt* (Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2017), h. 25.

⁵Toyyibah Ibay, *Cara Belajar Gue Bangeeettt*, h. 26.

dikatakan bahwa bila seseorang berminat terhadap suatu hal atau aktivitas, maka akan menunjukkan perasaan lebih menyukai hal atau aktivitas tersebut dibandingkan orang yang kurang berminat, dan hal ini dilakukan secara otomatis dari dalam dirinya tanpa ada yang menyuruh. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat siswa melanjutkan studi ke perguruan tinggi adalah sebagai berikut :⁶

2.1.1.2.1 Faktor Internal

1. Kemauan siswa. Siswa pada umumnya memiliki kemauan untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi yang dikarenakan adanya cita-cita tertentu yang ingin dicapai, adanya keinginan memperdalam ilmu pengetahuan dan mengasah keterampilan agar memperoleh pekerjaan yang mapan dan sesuai dengan keinginan siswa.
2. Keberhasilan akademik. Siswa yang memiliki prestasi belajar baik mempunyai minat untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi.

2.1.1.2.2 Faktor Eksternal

1. Status sosial ekonomi orang tua. Keadaan ekonomi keluarga seperti kondisi perekonomian orang tua yang rendah menjadi kendala utama bagi siswa untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi.
2. Lingkungan keluarga. Keluarga yang sangat berperan penting dalam pertumbuhan bagi anak. Kondisi keluarga yang kondusif dan adanya dorongan dari orang tua untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi dapat mengatasi pengaruh negatif dari keadaan sosial ekonomi orang tua yang kurang baik.
3. Lingkungan sekolah. Sekolah merupakan salah satu faktor pembentuk minat siswa untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi semakin mantap setelah adanya

⁶Syaifudien Alfurqon, Hanif, “*Minat Siswa SMK Negeri 2 Surakarta Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi*” (Skripsi Sarjana; Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan: Surakarta, 2012), h.77.

pengarahan, bimbingan dan dorongan dari guru untuk terus melanjutkan studi.

4. Lingkungan masyarakat. Masyarakat yang tidak mendukung akan berpengaruh negatif pada siswa. Banyaknya lingkungan yang putus sekolah, menganggur dan tidak memanfaatkan waktu dengan baik seperti nongkrong- nongkrong tidak jelas tujuannya.

2.1.2 Promosi

Untuk menarik minat seseorang maka salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan promosi. Promosi adalah koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan.⁷ Istilah promosi banyak diartikan sebagai upaya membujuk orang untuk menerima produk, konsep, dan gagasan.⁸ Indikator promosi yaitu :

2.1.2.2 Sosialisasi

Pengertian sosialisasi adalah suatu proses belajar mengajar atau penanaman nilai, kebiasaan, dan aturan dalam bertingkah laku di masyarakat dari satu generasi ke generasi lainnya sesuai dengan peran dan status sosial masing-masing di dalam kelompok masyarakat. Pengertian sosialisasi dalam arti sempit adalah proses pembelajaran yang dilakukan individu dalam mengenal lingkungannya, baik lingkungan fisik maupun sosial. Sedangkan pengertian sosialisasi dalam arti luas adalah suatu proses interaksi dan pembelajaran yang dilakukan seseorang sejak ia lahir hingga akhir hayatnya di dalam suatu budaya masyarakat. Melalui proses

⁷Michael, L Ray, *Advertising and Communication Management* (Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1982).

⁸Boyd, Walker, Larreche, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global* (Jakarta: PT. GELORA AKSARA PRATAMA), h. 65.

sosialisasi maka seseorang dapat memahami dan menjalankan hak dan kewajibannya berdasarkan peran status masing-masing sesuai budaya masyarakat. Dengan kata lain, individu mempelajari dan mengembangkan pola-pola perilaku sosial dalam proses pendewasaan diri. Media Sosialisasi di masyarakat meliputi:

2.1.2.1.1. Keluarga. Keluarga merupakan media sosialisasi yang pertama kali diterima oleh setiap individu. Anggota keluarga diantaranya, ayah, ibu, saudara, dan lain-lain, saling berinteraksi. Di sinilah pertama kali individu mengenal dunia sekitarnya dan pola pergaulan.

2.1.2.1.2. Teman. Setelah keluarga, proses sosialisasi terjadi melalui teman. Ketika seseorang berinteraksi dengan teman sebayanya, terjadi proses sosialisasi dan mempelajari nilai dan norma yang baru.

2.1.2.1.3. Sekolah. Lembaga pendidikan merupakan tempat proses sosialisasi yang memberikan pengaruh yang sangat besar bagi semua orang. Pada umumnya, semua orang belajar dan melatih keterampilan dan kemandiriannya. Selain itu, interaksi dengan teman sebaya juga sering terjadi di sekolah.

2.1.2.1.4. Media Massa. Proses sosialisasi juga dapat terjadi melalui media massa atau pers baik itu media cetak maupun media elektronik. Melalui media massa, setiap individu dapat mempelajari berbagai informasi baru yang belum diketahui, baik itu hal positif maupun negatif.⁹

2.1.2.3 Brosur

Brosur adalah suatu alat untuk promosi barang, jasa dan lain-lain, yang terbuat dari kertas yang dimana di dalamnya terdapat sejumlah informasi dan juga

⁹Maxmanroe, *Pengertian Sosialisasi*. <https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-sosialisasi.html> (3 Januari 2019).

penawaran mengenai jasa atau produk tersebut. Definisi brosur yang lainnya adalah suatu alat publikasi resmi dari perusahaan yang berbentuk cetakan, yang berisi berbagai informasi mengenai suatu produk, layanan, program dan sebagainya, yang dimana ditujukan kepada pasar sasaran atau sasaran tertentu. Cara menyampaikannya di bagikan secara gratis kepada pelanggan atau masyarakat dengan tujuan untuk memperkenalkan secara lebih jelas dan rinci mengenai produk, layanan, program dan sebagainya untuk membantu upaya pemasaran ataupun marketing *public relations*.¹⁰

Fungsi Brosur antara lain :

1. Fungsi informatif adalah brosur biasanya dipakai untuk menginformasikan kepada para konsumen potensial kamu berkaitan dengan perusahaan kamu. Informasi ini berkaitan dengan presentasi perusahaan kamu, produk baru atau layanan yang perusahaan yang ingin kamu tawarkan, ataupun perubahan terbaru dalam nama perusahaan kamu, dan lain-lain.
2. Fungsi iklan adalah brosur benar-benar sangatlah penting sebagai alat iklan atau alat promosi, yang menarik dan juga memungkinkan kamu untuk mempromosikan satu atau lebih produk maupun jasa.
3. Fungsi identifikasi adalah desain dari brosur yang baik memungkinkan kamu untuk mempertahankan kriteria yang sama melalui semua brosur perusahaan kamu. Jika kriteria tersebut (kadang disebut dengan konsep) disatukan dalam semua jenis brosur, itu akan membuat perusahaan kamu sangat mudah diidentifikasi. Ini akan memberikan prestise dan juga kredibilitas perusahaan kamu. Hal ini sangat penting untuk brosur perusahaan kamu tidak hanya memiliki konsep, akan tetapi juga

¹⁰Sora, *Definisi atau Pengertian Brosur dan Fungsinya Lengkap*, <http://www.pengertianku.net/2014/10/definisi-atau-pengertian-brosur-dan-fungsinya-lengkap.html> (3 Januari 2019).

memiliki logo, sebuah logo yang dirancang dengan baik sangatlah penting bagi setiap perusahaan, yaitu salah satu langkah pertama untuk memulai kampanye iklan.¹¹

2.1.2.4 Iklan

Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang, hal ini kemungkinan karena daya jangkauannya yang luas. Iklan adalah suatu bentuk informasi yang dilakukan oleh seseorang, instansi atau lembaga, atau perusahaan, yang isinya berupa pesan yang menarik tentang sebuah produk atau jasa yang ditujukan kepada khalayak. Maksud dan tujuan dibuatnya iklan adalah untuk membujuk atau mendorong masyarakat sehingga menjadi tertarik menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Biasanya iklan dipasang di berbagai media agar terlihat oleh banyak orang, baik itu media *offline* maupun media *online*. Beberapa media tersebut diantaranya koran, majalah, tabloid, televisi, situs berita, blog, media sosial, mesin pencari, dan tempat-tempat umum.¹²

Pada umumnya iklan berbentuk informasi non personal mengenai sebuah produk atau jasa, perusahaan, merek, dan lainnya, dengan kompensasi biaya tertentu. Semua komunikasi dalam bentuk iklan ini bertujuan untuk menarik perhatian atau membujuk orang lain untuk membeli atau melakukan sesuatu yang menguntungkan si pembuat iklan. Secara garis besar tujuan dari iklan adalah untuk membujuk atau mendorong orang lain agar menjadi tertarik untuk menggunakan suatu produk atau jasa.¹³

¹¹Sora, *Definisi atau Pengertian Brosur dan Fungsinya Lengkap*, <http://www.pengertianku.net/2014/10/definisi-atau-pengertian-brosur-dan-fungsinya-lengkap.html> (3 Januari 2019).

¹²Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana, 2010), h.18.

¹³Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, h.19.

2.1.3 Tinjauan Tentang Sekolah Menengah Kejuruan

2.1.3.1 Sejarah Sekolah Menengah Kejuruan

Pendidikan di Indonesia berawal dari pendidikan berbasis keagamaan yang di selenggarakan oleh para pemuka dan penyabar agama Hindu, Budha, dan Islam. Pada zamannya, mereka telah mengembangkan sistem pendidikan yang relatif tersruktur dari segi isi maupun tingkat-tingkatnya. Namun sistem pendidikan dalam bentuk sekolah atau menyerupai sekolah sekarang baru dimulai pada abad ke-16. Sekolah pertama di Indonesia didirikan oleh penguasa Portugis di Maluku, Altonio Galvano, pada tahun 1536 berupa sekolah seminari untuk anak-anak dari pemuka pribumi .

VOC mendirikan sekolah pertama di Ambon pada tahun 1607, disusul kemudian di Pulau Banda (1622), dipulau Lontar (1923), dan di Pulau Roen (1927), semuanya di kawasan Maluku yang kaya akan rempah-rempah dan menjadi sasaran awal misi VOC. Sekolah-sekolah tersebut pada dasarnya bertujuan untuk penyebaran agama Kristen. Diluar wilayah Ambon, VOC mendirikan juga sekolah di Jakarta (1617) yang menjadi Sekolah Batavia (*Bataviaase School*) pada tahun 1622. Sekolah Warga Masyarakat (*Burgerschool*) tahun 1630, Sekolah Latin (*Latijnse School*) tahun 1642, dan Sekolah Cina (*Chinese School*) tahun 1737. Sekolah yang berorientasi “Kejuruan” yang didirikan pertamakali pada zaman VOC adalah Akademi Pelayaran (*Academie der Marine*) pada tahun 1743 tetapi ditutup kembali pada tahun 1755.

Ketika kekuasaan VOC berakhir pada penghujung abad ke-18 pendirian sekolah-sekolah dilanjutkan oleh Pemerintah Hindia Belanda yang berdasarkan atas keturunan, bangsa, dan status sosial. Sekolah Pertama untuk anak-anak Eropa dibuka

di Jakarta pada 1817, kemudian menyusul berbagai sekolah lainnya. Akan tetapi, setelah lebih dari dua abad berkuasa sejak zaman VOC, baru pada tahun 1853 Belanda mendirikan sekolah kejuruan, yaitu *Ambachts School van Soerabaia* (Sekolah Pertukangan Surabaya) yang diperuntukan bagi anak-anak Indonesia dan Belanda, disusul kemudian oleh sekolah serupa di Jakarta pada 1856. Kedua sekolah ini diselenggarakan oleh swasta. Baru pada tahun 1860, Pemerintah Hindia Belanda mengusahakan Sekolah Pertukangan di Surabaya untuk golongan Eropa. Bagi anak-anak pribumi, hingga saat itu belum ada sekolah serupa.

Di luar Akademi Pelayaran yang didirikan tahun 1743, Sekolah Pertukangan di Surabaya yang berdiri pada tahun 1853 itulah sebagai sekolah kejuruan pertama di Indonesia. Bila sekolah ini menjadi patokan, maka hingga sekarang sekolah kejuruan di Indonesia telah berusia satu setengah abad.¹⁴

2.1.3.2 Peran Sekolah Menengah Kejuruan

Saat ini peran SMK tidak bisa dianggap remeh, tidak adalagi kedudukan SMK sebagai sekolah cadangan yang menjadi pilihan kedua apabila tidak bisa masuk ke SMA yang diinginkan. Paling tidak ada beberapa alasan kuat kenapa remaja harus memilih SMK sebagai pilihan utama dalam memilih. Melansir sebuah blog tentang SMK, berikut 5 (lima) alasan memilih SMK, antara lain:

1. Setiap siswa akan dibekali mengenai ilmu pengetahuan khusus yang sesuai dengan minat serta kemampuan masing-masing siswa.
2. Siswa akan didorong untuk memiliki bakat berwirausaha (*enterpreneurship* atau kewirausahaan). Nantinya, setiap siswa SMK terbiasa memiliki etika serta etos kerja yang tinggi.

¹⁴Dokumentasi Sejarah Pendidikan Teknik dan Kejuruan di Indonesia

3. Siswa SMK akan selalu diberikan dasar ilmu (*basic*) tentang pelatihan kerja atau biasa disebut dengan Pendidikan Sistem Ganda (PSG).
4. Siswa akan diberikan kemampuan guna menentukan pilihan bidang keterampilan serta keahlian yang harus dikembangkan.
5. Lulusan SMK cepat memperoleh pekerjaan, seiring dengan banyaknya perusahaan yang menginginkan pekerja dari lulusan SMK dengan ilmu yang segar atau *fresh graduate*.

2.1.3.3 Awal Mula dan Tujuan Didirikannya SMK

Berbicara mengenai Sejarah Sekolah Menengah Kejuruan Indonesia, terdapat sedikit catatan tapi padat yang bisa dijelaskan. Penamaan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) adalah hasil revolusi dari nama-nama sebelumnya. Di dalam sejarah pendidikan Indonesia, sebelum SMK dikenal yang namanya STM yang merupakan akronim dari Sekolah Teknologi Menengah, ada lagi SMEA singkatan dari Sekolah Menengah Ekonomi Atas, ada juga Sekolah Menengah Industri dan Kerajinan disingkat dengan SMIK, Sekolah Menengah Musik (SMM) dan lain-lain.

Melihat isu-isu yang berkembang di masyarakat tentang SMK, bisa dirasakan banyak hal positif yang bisa menjadi sumber inspirasi, seperti; produk otomotif lahir dari keahlian anak-anak SMK, contoh: mobil Esemka, komputer *Zyrex*, *Buggy Car* dan lain-lain. Belum lagi bila kita berbicara kiprah anak-anak SMK di kancah internasional, semisal pelajar SMK Indonesia memenangkan kontes dalam ajang *World Skill Competition*, kompetisi tingkat dunia yang memperlombakan keahlian dan Indonesia meraih medali emas, perak juga *Medallion Excellence*.

Itulah mengapa saat ini Sekolah Menengah Kejuruan sudah menjadi bagian terpadu dari Sistem Pendidikan Nasional. Di samping bertujuan guna menyiapkan

dan mengembangkan Sumber Daya Manusia (SDM), SMK berkomitmen untuk membantu mengurangi jumlah pengangguran usia produktif.¹⁵

2.1.3.4 Pengertian Sekolah Menengah Kejuruan

Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, jalur pendidikan di Indonesia terdiri atas pendidikan formal, nonformal dan informal yang dapat saling melengkapi dan memperkaya. Selanjutnya, jenjang pendidikan formal terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah dan pendidikan tinggi. Pendidikan menengah berbentuk Sekolah Menengah Atas (SMA), Madrasah Aliyah (MA), Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dan Madrasah Aliyah Kejuruan (MAK), atau bentuk lain yang sederajat.¹⁶

Dengan demikian salah satu jenis lembaga pendidikan yang ada di Indonesia adalah Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Menurut Peraturan Pemerintah No. 29 Tahun 1990 tentang Pendidikan Menengah, disebutkan bahwa pendidikan menengah kejuruan adalah pendidikan pada jenjang pendidikan menengah yang mengutamakan pengembangan kemampuan siswa untuk melaksanakan jenis pekerjaan tertentu. Berdasarkan pendapat tersebut, dapat diambil pengertian bahwa Sekolah Menengah Kejuruan merupakan salah satu lembaga pendidikan alternatif pilihan terbaik guna menghasilkan lulusan yang siap kerja.

2.1.3.5 Karakteristik SMK

Pendidikan kejuruan memiliki karakteristik yang berbeda dengan pendidikan umum, ditinjau dari kriteria pendidikan, substansi pelajaran, dan lulusannya. Kriteria yang harus dimiliki oleh pendidikan kejuruan adalah :

¹⁵<https://kliksoeang.com/> dan <https://psmk.kemdikbud.go.id/>

¹⁶Adi Sonhaji, *Pelaksanaan Pendidikan Sistem Ganda Di Suatu Sekolah Menengah Kejuruan* (Jakarta: Forum Penelitian Kependidikan,1998), h.10.

1. Orientasi pada kinerja individu dalam dunia kerja. Sejalan dengan tujuan SMK yakni menghasilkan lulusan yang siap kerja, maka orientasi pendidikan bagi sekolah kejuruan adalah memberikan bekal keterampilan kepada siswa agar siap terjun dalam dunia kerja.
2. Pendapat khusus pada kebutuhan nyata di lapangan. Ini berarti bahwa pada dasarnya keterampilan yang dibekalkan sekolah kepada para siswanya harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat.¹⁷
3. Fokus kurikulum pada aspek-aspek psikomotorik, kognitif dan afektif. Kurikulum SMK diarahkan untuk dapat mengembangkan segala aspek yakni aspek kognitif (pengetahuan), aspek afektif (tingkah laku), dan aspek psikomotorik (keterampilan), sehingga hal ini dapat melancarkan proses belajar mengajar dan membantu siswa untuk menghadapi Situasi kerja yang sebenarnya.
4. Tolak ukur keberhasilan tidak hanya terbatas di sekolah. Siswa SMK yang dapat dikatakan berhasil adalah bila siswa tersebut dapat memenuhi persyaratan kurikuler di sekolah dan juga memperoleh keberhasilan di dunia kerja.
5. Memerlukan sarana dan prasarana yang memadai. Karena lebih banyak bersifat praktek, maka pendidikan kejuruan memerlukan banyak peralatan sarana dan prasarana untuk melancarkan program pendidikannya.
6. Kepekaan terhadap perkembangan dunia kerja. Pendidikan kejuruan mempunyai kepekaan yang tinggi terhadap perkembangan yang terjadi di sekelilingnya, termasuk perkembangan dunia kerja dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

¹⁷Adi Sonhaji, *Pelaksanaan Pendidikan Sistem Ganda Di Suatu Sekolah Menengah Kejuruan*, h.11.

2.1.3.6 Tujuan SMK

Berdasarkan Keputusan Mendikbud RI No. 036/0/1997 tentang peralihan nama SMEA menjadi SMK, pasal 2 disebutkan bahwa pendidikan SMK bertujuan:¹⁸

1. Mempersiapkan siswa untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi dan atau meluaskan pendidikan dasar.
2. Meningkatkan kemampuan siswa sebagai anggota masyarakat dalam mengadakan hubungan timbal balik dengan lingkungan sosial budaya dan alam sekitar
3. Meningkatkan kemampuan siswa untuk dapat mengembangkan diri sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian.
4. Menyiapkan siswa untuk memasuki lapangan kerja dan mengembangkan sikap profesional.

Sedangkan dalam kurikulum KTSP edisi 2006 disebutkan tujuan umum dan tujuan khusus pendidikan menengah kejuruan. Adapun tujuan umum pendidikan menengah kejuruan adalah meningkatkan kecerdasan, pengetahuan, kepribadian, akhlak mulia, serta keterampilan untuk hidup mandiri dan mengikuti pendidikan lebih lanjut sesuai dengan kejuruannya.¹⁹ Berpijak pada tujuan Sekolah Menengah Kejuruan tersebut, maka dapat dikemukakan bahwa selain memberikan bekal ketrampilan kepada siswanya agar siap terjun ke dunia kerja, Sekolah Menengah Kejuruan juga memberikan bekal ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni agar siswa mampu mengembangkan diri baik secara mandiri maupun melalui jenjang pendidikan yang lebih tinggi dalam hal ini perguruan tinggi.

¹⁸Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, *Arah Peminatan BK*, (Jakarta: KEMENDIKBUD,2013), h. 21.

¹⁹Pusat Pengembangan Tenaga Kependidikan Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pendidikan dan Kebudayaan dan Penjaminan Mutu Pendidikan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, *Peminatan Peserta Didik* (Jakarta: 2013), h. 12.

Dalam penjelasan PP 29 Tahun 1990 dinyatakan bahwa pendidikan menengah diselenggarakan melalui bentuk-bentuk satuan pendidikan menengah umum, kejuruan, keagamaan, kedinasan dan luar biasa. Meskipun masing-masing bentuk satuan pendidikan tersebut memiliki tujuan yang berbeda, namun lulusannya dapat melanjutkan pada jenjang pendidikan tinggi.²⁰ Dari rumusan tersebut jelas bahwa semua lulusan pendidikan menengah termasuk lulusan Sekolah Menengah Kejuruan mempunyai hak dan kesempatan yang sama untuk melanjutkan studinya ke perguruan tinggi sesuai dengan bakat, minat dan kemampuannya. Hal ini diperkuat dengan Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 31 ayat I yang menyatakan bahwa setiap warga negara berhak mendapatkan pendidikan.

2.1.4 Tinjauan Tentang Perguruan Tinggi

Perguruan tinggi merupakan jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program pendidikan diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doktor yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi. Perguruan tinggi negeri diselenggarakan dengan sistem terbuka. Perguruan tinggi negeri adalah satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi dan dapat berbentuk akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut, atau universitas. Perguruan tinggi berkewajiban menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Perguruan tinggi dapat menyelenggarakan program akademik, profesi, atau vokasi.²¹ Tujuan perguruan tinggi adalah :

1. Mempersiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki

²⁰Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pendidikan Dan Kebudayaan Dan Penjaminan Mutu Pendidikan Pusat Pengembangan Tenaga Kependidikan, *Peminatan Peserta Didik* (Jakarta: 2013), h.24.

²¹Serian, Wijatno, *Pengelolaan Perguruan Tinggi Secara Efisien, Efektif dan Ekonomis*, (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2009), h.63.

kemampuan akademik dan profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian.

2. Mengembangkan dan menyebar luaskan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian serta mengoptimalkan penggunaannya untuk meningkatkan [taraf hidup masyarakat](#) dan memperkaya kebudayaan nasional.²²

2.1.4.1 Konsep Tentang Hakikat Perguruan Tinggi

2.1.4.1.1 Perguruan tinggi sebagai penghasil tenaga kerja yang bermutu (*qualified manpower*). Dalam pengertian ini pendidikan tinggi merupakan suatu proses dan mahasiswa dianggap sebagai keluaran (*output*) yang mempunyai nilai atau harga (*value*) dalam pasaran kerja, dan keberhasilan itu di ukur dengan tingkat penyerapan lulusan dalam masyarakat (*employment rate*) dan kadang-kadang di ukur juga dengan tingkat penghasilan yang mereka peroleh dalam karirnya.

2.1.4.1.2 Perguruan tinggi sebagai lembaga pelatihan bagi karier peneliti. Mutu perguruan tinggi ditentukan oleh penampilan atau prestasi penelitian anggota staf. Ukuran masukan dan keluaran di hitung dengan jumlah staf yang mendapat hadiah atau penghargaan dari hasil penelitiannya (baik di tingkat nasional maupun di tingkat internasional), atau jumlah dana yang diterima oleh staf atau lembaganya untuk kegiatan penelitian, ataupun jumlah publikasi ilmiah yang diterbitkan dalam majalah ilmiah yang diakui oleh pakar sejawat (*peer group*).

2.1.4.1.3 Perguruan tinggi sebagai organisasi pengelola pendidikan yang efisien. Dalam pengertian ini perguruan tinggi di anggap baik jika dengan sumber daya dan

²²Serian, Wijatno, *Pengelolaan Perguruan Tinggi Secara Efisien, Efektif dan Ekonomis*, h.138.

dana yang tersedia, jumlah mahasiswa yang lewat proses pendidikannya (*throughput*) semakin besar.

2.1.4.1.4 Perguruan tinggi sebagai upaya memperluas dan mempertinggi pengkayaan kehidupan. Indikator sukses kelembagaan terletak pada cepatnya pertumbuhan jumlah mahasiswa dan variasi jenis program yang ditawarkan. Rasio mahasiswa-dosen yang besar dan satuan biaya pendidikan setiap mahasiswa yang rendah juga dipandang sebagai ukuran keberhasilan perguruan tinggi.²³

2.1.5 Teori Kepuasan Memilih

Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang dan jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu pemenuhan harapan. Dalam industri jasa, kepuasan pelanggan diukur dengan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan keseluruhan pengalaman dengan perusahaan.²⁴ Indikator pengukuran kepuasan terdiri atas :

2.1.5.1 Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berpusat pada pelanggan atau pembeli (*customer centered*) perlu memberikan kesempatan bagi pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Alur informasi ini memberikan banyak gagasan baik dan perusahaan dapat bergerak cepat untuk menyelesaikan masalah.

2.1.5.2 Survei kepuasan

²³Barnet, *Konsep Tentang Hakikat Perguruan Tinggi*, (Solo : SoloPress, 2006), h.55.

²⁴E-Journal, *Kepuasan Pelanggan*. h.8, <http://e-journal.uajy.ac.id/8729/3/2EM19191.pdf> diakses pada (25 Januari 2019).

Perusahaan tidak dapat beranggapan bahwa sistem keluhan dan saran dapat menggambarkan secara lengkap kepuasan dan kekecewaan pelanggan. Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survey berkala. Mereka mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon suatu kelompok acak dari pembeli mereka untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan. Perusahaan juga menanyakan pendapat pembeli mengenai kinerja perusahaan pesaing.²⁵

2.1.6 Teori Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan adalah suatu cara yang digunakan untuk memberikan suatu pendapat yang dapat menyelesaikan suatu masalah dengan cara atau teknik tertentu agar dapat lebih diterima oleh semua pihak. Pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternatif yang tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final. Keluarannya bisa berupa suatu tindakan (aksi) atau suatu opini terhadap pilihan.²⁶

2.1.6.1 Dasar Pengambilan Keputusan

1. Intuisi

Pengambilan keputusan yang didasarkan atas intuisi atau perasaan memiliki sifat subjektif sehingga mudah terkena pengaruh. Pengambilan keputusan berdasarkan intuisi ini mengandung beberapa keuntungan dan kelemahan.

²⁵E-Journal, *KepuasanPelanggan*, h.10. <http://e-journal.uajy.ac.id/8729/3/2EM19191.pdf> diakses pada (30 Januari 2019).

²⁶ Basu, Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Offset), h. 213

2. Pengalaman

Pengambilan keputusan berdasarkan pengalaman memiliki manfaat bagi pengetahuan praktis, karena pengalaman seseorang dapat memperkirakan keadaan sesuatu, dapat diperhitungkan untung ruginya terhadap keputusan yang akan dihasilkan. Orang yang memiliki banyak pengalaman tentu akan lebih matang dalam membuat keputusan akan tetapi, peristiwa yang lampau tidak sama dengan peristiwa yang terjadi kini.

3. Fakta

Pengambilan keputusan berdasarkan fakta dapat memberikan keputusan yang sehat, solid dan baik. Dengan fakta, maka tingkat kepercayaan terhadap pengambilan keputusan dapat lebih tinggi, sehingga orang dapat menerima keputusan-keputusan yang dibuat itu dengan rela dan lapang dada.

4. Wewenang

Pengambilan keputusan berdasarkan wewenang biasanya dilakukan oleh pimpinan terhadap bawahannya atau orang yang lebih tinggi kedudukannya kepada orang yang lebih rendah kedudukannya. Pengambilan keputusan berdasarkan wewenang ini juga memiliki kelebihan dan kekurangan.

5. Logika/Rasional

Pengambilan keputusan yang berdasarkan logika ialah suatu studi yang rasional terhadap semua unsur pada setiap sisi dalam proses pengambilan keputusan. Pada pengambilan keputusan yang berdasarkan rasional, keputusan yang dihasilkan bersifat objektif, logis, lebih transparan, konsisten untuk memaksimalkan hasil atau nilai dalam batas kendala tertentu, sehingga dapat dikatakan mendekati kebenaran atau sesuai dengan apa yang di inginkan.

2.1.6.2 Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam mengambil keputusan sebagai berikut:

1. Hal-hal yang berwujud maupun tidak berwujud, yang emosional maupun rasional perlu diperhitungkan dalam pengambilan keputusan.
2. Setiap keputusan nantinya harus dapat dijadikan bahan untuk mencapai tujuan organisasi.
3. Setiap keputusan janganlah berorientasi pada kepentingan pribadi, perhatikan kepentingan orang lain.
4. Jangan sekali ada 1 pilihan yang memuaskan.
5. Pengambilan keputusan merupakan tindakan mental. Dari tindakan mental ini kemudian harus diubah menjadi tindakan fisik.
6. Pengambilan keputusan yang efektif membutuhkan waktu yang cukup lama.
7. Diperlukan pengambilan keputusan yang praktis untuk mendapatkan hasil yang baik.
8. Setiap keputusan hendaknya dikembangkan, agar dapat diketahui apakah keputusan yang diambil itu betul.
9. Setiap keputusan itu merupakan tindakan permulaan dari serangkaian kegiatan berikutnya.

Dengan demikian, seseorang yang telah mengambil keputusan, pada dasarnya dia telah melakukan pemilihan terhadap alternatif-alternatif yang ditawarkan kepadanya. Kendati demikian, hal yang tidak dapat dipungkiri adalah kemungkinan atau pilihan yang tersedia bagi tindakan itu akan dibatasi oleh kondisi dan kemampuan individu yang bersangkutan, lingkungan sosial, ekonomi, budaya,

lingkungan fisik dan aspek psikologis. Dalam hal mengambil keputusan, antar individu yang satu dengan individu yang lain melakukan pendekatan dengan cara yang tidak sama. Setiap orang mempunyai cara unik dalam mengambil keputusan. Jadi ada gaya yang berbeda-beda antar individu yang satu dengan yang lain dalam melakukan pengambilan keputusan. Gaya pengambilan keputusan bersifat melekat pada kondisi seseorang. Gaya pengambilan keputusan dipelajari dan dibiasakan oleh individu dalam kehidupannya, sehingga menjadi bagian dan miliknya serta menjadi pola respon saat individu menghadapi situasi pengambilan keputusan.²⁷

2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Relevan

2.2.1 Skripsi Hanif Syaifudien Alfurqon yang berjudul “Minat Siswa SMK Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi Pada Siswa Kelas XII Jurusan Teknik Kendaraan Ringan Smk Negeri 2 Surakarta” Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Variabel pada penelitian ini adalah minat. Minat pada diri seseorang tidak terjadi secara tiba-tiba melainkan melalui proses. Dengan kata lain minat bukanlah sesuatu yang dimiliki seseorang begitu saja, melainkan merupakan sesuatu yang dapat dipelajari dan dikembangkan. Pada dasarnya minat selalu mengalami perubahan. Sejak kecil minat seseorang itu dipengaruhi oleh keadaan jasmaninya, perasaan dan lingkungannya.

Minat untuk melanjutkan studi tidaklah datang secara otomatis tetapi ada beberapa faktor yang mempengaruhinya. Begitu juga dengan minat untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi pada siswa SMK. Ada beberapa faktor yang

²⁷Fadhilah Rezki Putri, “Teori Pengambilan Keputusan”, (<https://hasanismail25.wordpress.com/2013/05/15/bab-5-dan-6-definisi-dan-dasar-pengambilan-keputusan/>), (Diakses pada tanggal 29 maret 2019).

perlu di pertimbangkan. Menurut Josef Ilmoe (1984: 4), minat terhadap studi lanjut dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu:

Faktor Internal, meliputi:

- a) Keinginan memperdalam ilmu pengetahuan
- b) Keinginan mencapai status sosial yang baik
- c) Keinginan mengejar karir
- d) Adanya kemauan belajar lebih lanjut

Faktor eksternal, meliputi:

- a) Tersedia sarana dan kesempatan belajar
- b) Adanya pengaruh lingkungan
- c) Dukungan ekonomi keluarga
- d) Keberhasilan studi

Hasil penelitian tersebut menyebutkan bahwa : Siswa SMK Negeri 2 Surakarta yang mempunyai minat melanjutkan studi ke pendidikan tinggi menyadari bahwa pentingnya pendidikan agar mampu menggapai cita-cita dan bersaing di dunia industri. Sehingga siswa akan memperdalam ilmu pengetahuan dan mengasah keterampilan dengan melanjutkan studi ke perguruan tinggi. Siswa akan melakukan usaha agar dapat mendorong minat siswa tersebut. Usaha untuk menumbuhkan minat tersebut adalah :

1. Menambah informasi tentang dunia perguruan tinggi.
2. Usaha yang akan dilakukan untuk mengatasi status sosial ekonomi yang rendah

yakni dengan bekerja, meminta bantuan kepada keluarga terdekat dan organisasi kemasyarakatan (ormas) serta berusaha mendapat beasiswa di instansi terkait yang menyediakan beasiswa pendidikan.

3. Usaha yang akan dilakukan untuk mengatasi keinginan bekerja yaitu dengan merubah pola pikir bahwa pendidikan yang tinggi akan mendapatkan pekerjaan yang lebih baik.

4. Usaha yang akan dilakukan untuk mengatasi lingkungan yang kurang mendukung yakni dengan menjaga diri agar tidak terpengaruh dan berusaha untuk mencontoh hal positif yang ada di masyarakat.²⁸

Adapun perbedaan proposal peneliti dengan skripsi ini yaitu dalam proposal penelitian ini peneliti ingin meneliti faktor persepsi dan promosi yang mempengaruhi keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare.

2.2.2 Skripsi Dedi Novin Saslanto yang berjudul “Pengaruh Dukungan Sosial Orang Tua Terhadap Pilihan Karir Siswa SMK Muhammadiyah 1 Prambanan” Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini yang dilakukan oleh Dedi Novin Saslanto, disebutkan bahwa ada pengaruh positif antara dukungan sosial orang tua terhadap pilihan karir siswa SMK Muhammadiyah 1 Prambanan. Artinya semakin tinggi dukungan sosial orang tua yang diterima oleh anak maka semakin tinggi kejelasan pilihan karir anak tersebut. Sehingga dapat dipahami bahwa dukungan

²⁸Hanif Syaifudien Alfurqon, “Minat Siswa SMK Negeri 2 Surakarta Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi” (Skripsi Sarjana; Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan: Surakarta, 2012), diakses (30 Januari 2019).

sosial yang diberikan orangtua sangat penting pada perkembangan arah pilih karir siswa.²⁹

Variabel dalam penelitian ini adalah karir dan dukungan sosial yang diberikan oleh orang tua. Pilihan karir merupakan tingkat perkembangan karir dimana individu telah mempunyai tingkat kejelasan pilihan bidang minat karir berdasarkan berbagai macam pertimbangan. Untuk dapat memilih dan merencanakan karir yang tepat dibutuhkan berbagai macam faktor yang meliputi pengetahuan akan diri, pengetahuan tentang pekerjaan, kemampuan memilih pekerjaan dan kemampuan merencanakan langkah-langkah menuju karir yang diharapkan.

Pada kenyataannya banyak siswa yang memilih suatu sekolah maupun jurusan pendidikan tanpa mempertimbangkan kemampuan, minat dan kepribadiannya. Mereka cenderung mengikuti pilihan orang tua, teman, dengan dasar popularitas pekerjaan atau identifikasi dengan orang tua. Selain itu kurangnya dukungan sosial dari orang tua yang mencakup pemberian kasih sayang, integrasi sosial, pemberian penghargaan, ikatan yang dapat diandalkan, pemberian bimbingan serta kemungkinan memberikan bantuan juga dapat menghambat pilihan karir siswa. Kesalahan dalam pemilihan pendidikan dapat mengakibatkan kerugian dalam hal waktu, finansial, dan kegagalan dalam belajar pun dapat terjadi. Hal ini dikarenakan siswa kurang termotivasi untuk belajar. Karena masalah pemilihan dan persiapan karir merupakan salah satu tugas perkembangan yang penting bagi remaja dan dapat mempengaruhi keseluruhan masa depan seseorang, maka apabila remaja berhasil menyelesaikan tugas perkembangannya dapat membuat bahagia. Sebaliknya apabila

²⁹Dedi Novin Saslanto, *Pengaruh Dukungan Sosial Orang Tua Terhadap Pilihan Karir Siswa Smk Muhammadiyah 1 Prambanan* (Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu Pendidikan: Yogyakarta, 2016). Diakses (31 Januari 2019).

seseorang gagal, hal ini akan membuat tidak bahagia, timbul penolakan dari masyarakat dan kesulitan dengan tugas perkembangan selanjutnya. Dengan demikian, pemilihan dan persiapan karir merupakan salah satu tugas perkembangan yang penting bagi remaja dan dapat mempengaruhi keseluruhan masa depan seseorang termasuk dalam hal memilih sekolah/jurusan atau pun pekerjaan yang tepat.

Remaja dapat memilih dan merencanakan karir sesuai dengan minat, harapan, cita-cita dan kemampuannya. Salah satu hal yang dapat mempengaruhi hal tersebut adalah dukungan dari orang-orang terdekat individu tersebut. Salah satu lingkungan yang terdekat dengan individu adalah orang tua serta anggota keluarga. Pada usia remaja putusan dan pemilihan dalam hidupnya dipengaruhi oleh persetujuan orang tuanya, contohnya seperti keputusan dalam pemilihan bidang studi, rencana masa depan untuk meneruskan sekolah atau bekerja serta bidang pekerjaannya. Selain persetujuan ada juga berbagai macam fasilitas dari orang tua yang dapat mempengaruhi pilihan karir remaja. Baik itu fasilitas berupa alat-alat penunjang pendidikan, biaya. Informasi bahkan fasilitas berupa nasehat juga sangat berpengaruh terhadap pilihan karir individu. Hal ini dikarenakan hal itu secara langsung maupun tidak langsung akan dapat mengarahkan individu pada suatu karir tertentu. Jadi semakin besar dukungan sosial yang diberikan oleh orang tua maka akan memudahkan individu untuk menentukan pilihan karir.

Adapun perbedaan proposal peneliti dengan skripsi ini yaitu dalam skripsi ini lebih banyak membahas mengenai pilihan orang tua yang berpengaruh dalam pemilihan jurusan yang diambil oleh siswa SMK Muhammadiyah 1 Prambanan. Sedangkan dalam proposal penelitian ini bukan hanya membahas mengenai faktor

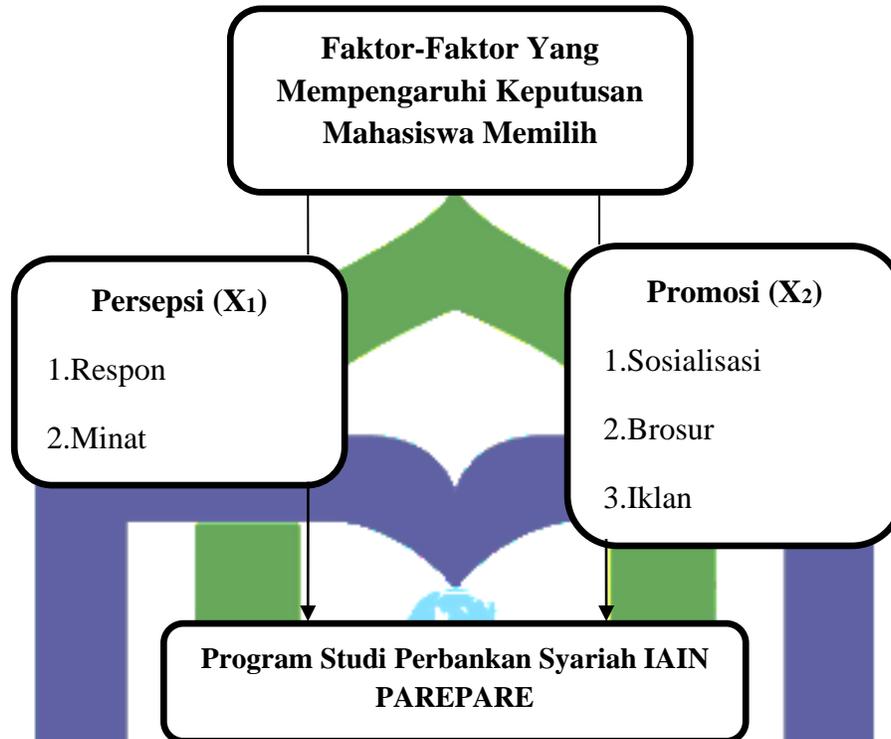
orang tua, tetapi berbagai faktor lainnya.

2.3 Bagan Kerangka Pikir

Bagan kerangka pikir dalam proposal penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan mahasiswa adalah variabel persepsi (X_1) dan variabel promosi (X_2). Variabel persepsi terdiri atas indikator respon dan minat. Variabel promosi terdiri atas indikator sosialisasi, brosur, dan iklan. Dari kedua variabel tersebut akan dilakukan penelitian untuk menunjukkan variabel dan indikator apa yang paling dominan berpengaruh dalam memilih program studi perbankan syariah IAIN Parepare (Y).



Gambar 1 Bagan Kerangka Pikir



2.4 Kerangka Konseptual

Gambar 2 Bagan Kerangka Konseptual



2.5 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara sebelum melakukan penelitian. Pada penelitian ini peneliti membuat dugaan sementara yaitu:

- H1 : Variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare.
- H2 : Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare.
- H3 : Variabel persepsi yang paling dominan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare.
- H4 : Terdapat hubungan yang tinggi antara variabel persepsi dan promosi terhadap variabel keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare.
- H5 : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel persepsi dan promosi terhadap variabel keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare.

2.6 Definisi Operasional Variabel

Agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memberikan pengertian, maka peneliti memberikan kejelasan dan beberapa variabel yang dianggap perlu agar mudah dipahami, yaitu sebagai berikut :

2.6.1 Persepsi (X_1)

Persepsi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendapat mahasiswa alumni SMK mengenai keputusannya memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare. Indikator persepsi yaitu :

2.6.1.1 Respon

Respon yang dimaksud dalam penelitian ini tanggapan mahasiswa alumni SMK mengenai keputusannya memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare setelah menjalani masa kuliah di program studi Perbankan Syariah.

2.6.1.2 Minat

Minat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah apa faktor yang mendorong alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah IAIN Parepare. Banyak alumni SMK yang memilih program studi Perbankan Syariah IAIN Parepare, para alumni SMK tersebut banyak yang berasal dari program studi yang tidak sesuai dengan program studi Perbankan Syariah sewaktu masih bersekolah di bangku SMK.

2.6.2 Promosi (X_2)

Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah salah satu faktor yang akan dijadikan pembanding dengan faktor persepsi mengenai keputusan mahasiswa memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare. Mengingat salah satu strategi promosi yang dilakukan IAIN Parepare untuk menarik minat calon

mahasiswa adalah dengan mendatangi berbagai SMA, MA, dan SMK yang ada di daerah Ajatappareng. Indikator Promosi yaitu :

2.6.2.1 Sosialisasi

Sosialisasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sosialisasi yang dilakukan oleh IAIN Parepare di sekolah se-Ajatappareng sehingga mampu menarik minat mahasiswa khususnya jurusan Perbankan Syariah.

2.6.2.2 Brosur

Brosur yang dimaksud dalam penelitian ini adalah brosur yang dibagikan atau yang didapatkan calon mahasiswa dari IAIN Parepare sehingga mampu menarik minat mahasiswa memilih program studi Perbankan Syariah untuk melanjutkan studinya.

2.6.2.3 Iklan

Iklan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah iklan yang dilihat oleh calon mahasiswa di siaran lokal ataupun di media sosial sehingga mampu menarik minat mahasiswa khususnya pada program studi Perbankan Syariah.

2.6.3 Keputusan Mahasiswa Memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare (Y)

Keputusan memilih yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepuasan terhadap pilihan mahasiswa program studi Perbankan Syariah. Mahasiswa merasa program studi Perbankan Syariah yang dipilihnya adalah program studi yang sesuai dengan minat dan keinginannya.

2.6.4 Teori Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah faktor yang mempengaruhi keputusan calon mahasiswa program studi Perbankan Syariah dalam mengambil keputusan program studi Perbankan Syariah.



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada pedoman karya ilmiah yang diterbitkan STAIN Parepare. Metode penelitian dalam buku tersebut, mencakup beberapa bagian, yakni jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, populasi dan sampel, tehnik dan instrumen pengumpulan data, dan tehnik analisis data.

3.1 Jenis Penelitian dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang lebih menekankan pada penggunaan angka atau bilangan (*numeric*). Hasil penelitian diambil dari data yang otentik di lokasi penelitian. Data yang diperoleh kemudian akan diselesaikan dengan menggunakan teknik statistik.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh persepsi dan promosi terhadap keputusan memilih program studi perbankan syariah di IAIN Parepare yang dilihat dari sudut pandang mahasiswa. Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan penelitian pendekatan survey dengan menggunakan angket atau kuisisioner. Pendekatan penelitian jenis survey merupakan suatu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan yang sama dan sistematis kepada banyak orang untuk kemudian jawaban yang diperoleh penulis dari penyebaran kuisisioner dianalisis.

Selain itu dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan jenis pendekatan hubungan atau korelasi. Pendekatan hubungan atau korelasi merupakan suatu pendekatan yang bertujuan untuk melihat hubungan antara variabel dependent dan variabel independent yang diteliti. Pada penelitian ini bertujuan untuk melihat

hubungan antara persepsi dan promosi dengan keputusan keputusan memilih program studi perbankan syariah di IAIN Parepare.

Variabel penelitian ini adalah Persepsi (X1) dan Promosi (X2) merupakan variabel bebas/*independent* dan Keputusan Memilih Program Studi Perbankan Syariah IAIN Parepare (Y) merupakan variabel terikat/*dependent*.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilakukan di kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, khususnya pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Perbankan Syariah yang merupakan alumni Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Adapun penelitian ini akan dilaksanakan kurang lebih selama dua bulan (45 hari).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian peneliti dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan. Pengertian lain menyebutkan bahwa populasi adalah keseluruhan objek yang terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuhan, gejala, nilai tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian.³⁰ Populasi adalah merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³¹

³⁰Nurul Zuriyah, *Metode Pendidikan Sosial dan Pendidikan* (Cet. 15; Jakarta : PT Bumi Aksara, 2006), h. 116.

³¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* (Cet. 15; Bandung: Alfabeta, 2012), h. 117.

Populasi pada penelitian ini adalah keseluruhan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Perbankan Syariah yang telah menempuh pendidikan pada konsentrasi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dan sedang melanjutkan pendidikan di IAIN Parepare.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.³²

Teknik sampling yaitu merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling pada dasarnya bisa dikelompokkan menjadi 2 (dua) macam yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* adalah suatu teknik sampling yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *Non probability sampling* adalah teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.³³

Pada penelitian ini peneliti menggunakan rumus Slovin dalam menentukan sampel yang akan dipilih. Rumus Slovin adalah sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. Rumus slovin ini biasa digunakan dalam penelitian survey dimana biasanya jumlah sampel besar sekali, sehingga diperlukan sebuah formula

³²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, h. 118.

³³Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif II* (Surakarta: UNS, 2002), h.90.

untuk mendapatkan sampel yang sedikit tetapi dapat mewakili keseluruhan populasi.³⁴ Adapun formula dari rumus slovin sebagai berikut :

$$n = N / (1 + N.(e)^2)$$

$$n = 120 / (1+120.0,001)$$

$$n = 120/2,2 = 54,59 \text{ Dibulatkan menjadi } 55$$

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 120 mahasiswa alumni SMK mulai dari angkatan 2015-2019, dengan menggunakan rumus Slovin dengan besar toleransi kesalahan 10% maka besar sampel minimum pada penelitian ini adalah 54,59 dibulatkan menjadi 55 responden.

dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Total Populasi

e = Batas Toleransi Error (tingkat kesalahan) atau batas kesalahan (catatan: umumnya digunakan 1% atau 0.01, 5% atau 0.05, dan 10% atau 0,1).

3.4 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

3.4.1 Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Peneliti terlibat langsung di lokasi penelitian untuk mengadakan penelitian dan memperoleh data–data kongkrit yang ada hubungannya dengan pembahasan ini. Adapun teknik yang digunakan untuk memperoleh data di lapangan yang sesuai dengan data yang bersifat teknik sebagai berikut :

3.4.2 Wawancara (*Interview*)

³⁴Taro, Yamane, *Statistics: An Introductory Analysis, 2nd Edition*, (New York: Harper and Row, 1967), h.66.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur (peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh) maupun tidak terstruktur (peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap sebagai pengumpul datanya) dan dapat dilakukan secara langsung (tatap muka) maupun secara tidak langsung (melalui media seperti telepon).

3.4.3 Angket (Kuesioner)

Teknik dan instrumen pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket (kuesioner) yang dibagikan kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.³⁵ Instrumen atau alat pengumpulan datanya juga disebut angket berisi sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau direspon oleh responden. Kuesioner dalam penelitian ini dibagikan kepada mahasiswa yang kemudian dikembalikan kepada peneliti. Kuesioner yang dipakai adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya dengan menggunakan skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.³⁶ Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian

³⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2013, h. 199.

³⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, h. 132.

indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif dengan 5 (lima) alternatif jawaban, dengan jawaban seperti berikut:

Sangat Setuju (SS)

Setuju (S)

Netral (N)

Tidak Setuju (TS)

Sangat Tidak Setuju (STS)

Dengan menggunakan skala *likert* positif masing-masing instrumen jawaban memiliki nilai sebagai berikut:

SS : 5

S : 4

N : 3

TS : 2

STS : 1

3.4.4 Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sebagian besar data yang tersedia adalah dalam bentuk surat-surat, laporan dan sebagainya. Sifat utama dari data ini tidak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang telah silam.³⁷ Metode dokumentasi ini mencari data mengenai hal-hal data variabel yang metode ini digunakan untuk mengetahui siapa saja mahasiswa yang memilih

³⁷Burnan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2005), h.144.

program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare dan juga sebagai bukti berupa gambar bahwa peneliti telah melakukan penelitiannya.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengelola hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Statistik adalah kumpulan data yang disajikan dalam bentuk tabel atau daftar, gambar, diagram, atau ukuran-ukuran tertentu, misalnya statistik penduduk, statistik kelahiran, dan statistik pertumbuhan ekonomi. Statistik adalah pengetahuan mengenai pengumpulan data, klasifikasi data, penyajian data, pengolahan data, penarikan kesimpulan, dan pengambilan kesimpulan berdasarkan masalah tertentu.³⁸

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.³⁹

3.5.1 Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Suatu tes dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya tes tersebut. Suatu tes menghasilkan

³⁸Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 1.

³⁹Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, h. 405.

data yang tidak relevan dengan tujuan diadakannya pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah.⁴⁰

Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Suatu tes dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya tes tersebut. Suatu tes menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan diadakannya pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah.⁴¹

Dari hasil perhitungan korelasi akan didapat suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS. Teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson). Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap à Valid.

⁴⁰Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Yogyakarta: Rineka Cipta, 1996, h. 137.

⁴¹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Yogyakarta: Rineka Cipta, 1996, h. 137.

Jika r hitung $\geq r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).⁴²

3.5.2 Uji Reabilitas

Reabilitas instrumen penelitian adalah suatu alat yang memberikan hasil yang tetap sama (konsisten). Hasil pengukuran itu harus tetap sama jika pengukurannya diberikan pada subyek yang sama meskipun dilakukan oleh orang yang berbeda, waktu yang berlainan, dan tempat yang berbeda pula. Tidak terpengaruh oleh pelaku, situasi dan kondisi. Alat ukur yang reliabilitasnya tinggi disebut alat ukur yang reliabel. Tujuan reabilitas untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.⁴³

Uji reabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan.⁴⁴ Uji ini dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* pada masing-masing variabel, yang bertujuan untuk mengetahui reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dan alat ukur yang sama. Jika variabel memiliki nilai *cronbach alpha* $>$ nilai t_{tabel} maka variabel dikatakan reliabel. Secara umum uji ini dapat dilakukan dengan

⁴²*Uji validitas dan Uji Reliabilitas.* Diakses dari http://elearning.gunadarma.ac.id/docmodul/diklat_kursus_spss/d.Bab_II_Uji_Validitas_dan_Uji_Reliabilitas.pdf (8 Januari 2019).

⁴³Ir. Sofyan Siregar, M.M., *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Fajar Interpretama Mandiri, 2013), h.55.

⁴⁴Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung:Alfabeta, 2010), h. 99.

cara *test retest*, *equivalent*, gabungan dan internal konsistensi (konsistensi butir-butir instrumen).⁴⁵

Uji reabilitas digunakan untuk meneliti reliabel atau tidaknya suatu instrumen penelitian. Jika reliabel berarti instrumen tersebut dapat dipercaya kebenarannya. Untuk mempermudah perhitungan peneliti menggunakan uji reabilitas dengan bantuan SPSS.⁴⁶

3.5.3 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atautakah tidak. Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar. Namun untuk memberikan kepastian, data yang dimiliki berdistribusi normal atau tidak, sebaiknya digunakan uji normalitas. Karena belum tentu data yang lebih dari 30 bisa dipastikan berdistribusi normal, demikian sebaliknya data yang banyaknya kurang dari 30 belum tentu tidak berdistribusi normal, untuk itu perlu suatu pembuktian.⁴⁷

Uji Kolmogorov Smirnov (uji K-S atau uji KS) adalah tes nonparametrik dari persamaan distribusi probabilitas satu dimensi yang dapat digunakan untuk

⁴⁵Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2013), h. 76.

⁴⁶Umaima, *Pengaruh Penerapan Prinsip Mudharabah, Murabahah, dan Wadi'ah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Syariah KCP Parepare*, 2016.

⁴⁷Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, h.183.

membandingkan sampel dengan sampel. Statistik Kolmogorov Smirnov menghitung jarak antara fungsi distribusi empiris sampel dan fungsi distribusi kumulatif distribusi referensi, atau antara fungsi distribusi empiris dua sampel. Distribusi nol statistik ini dihitung berdasarkan hipotesis nol bahwa sampel diambil dari distribusi referensi (dalam kasus satu sampel) atau bahwa sampel diambil dari distribusi yang sama (dalam kasus dua sampel). Dalam kasus satu-sampel, distribusi yang dipertimbangkan dalam hipotesis nol dapat kontinu, murni diskrit atau campuran. Dalam kasus dua sampel, distribusi yang dipertimbangkan dalam hipotesis nol adalah distribusi kontinu tetapi sebaliknya tidak dibatasi. Uji dua sampel K – S adalah salah satu metode nonparametrik paling berguna dan umum untuk membandingkan dua sampel, karena sensitif terhadap perbedaan di kedua lokasi dan bentuk fungsi distribusi kumulatif empiris dari dua sampel.

Uji tes Kolmogorov-Smirnov dapat dimodifikasi untuk berfungsi sebagai uji goodness of fit. Dalam kasus khusus pengujian normalitas distribusi, sampel distandarisasi dan dibandingkan dengan distribusi normal standar. Ini setara dengan menetapkan mean dan varians dari distribusi referensi yang sama dengan estimasi sampel, dan diketahui bahwa menggunakan ini untuk menentukan distribusi referensi spesifik mengubah distribusi nol dari statistik uji.

3.5.4 Uji Korelasi Ganda

Analisis regresi erat hubungannya dengan regresi, namun keduanya memiliki perbedaan, dimana analisis regresi hanya menafsirkan (meramalkan) hubungan variabel dependen dan variabel independen.⁴⁸ Korelasi ganda (*multiple correlation*) merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel

⁴⁸Sujana, *Metode Statistika* (Bandung: Tarsito, 1996), h. 367.

independen secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel dependen.⁴⁹ Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara seluruh variabel X terhadap variabel Y secara bersamaan.

Nilai R atau nilai korelasi ganda berkisar antara 0 sampai 1, sebagai bahan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini :

0,00 – 0,199 = Sangat rendah

0,20 – 0,399 = Rendah

0,40 – 0,599 = Sedang

0,60 – 0,799 = Tinggi

0,80 – 1,000 = Sangat tinggi

Jadi, apabila nilai R mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi antar variabel semakin tinggi. Begitu pula sebaliknya, apabila nilai R semakin mendekati 0, maka hubungan yang terjadi antar variabel semakin lemah.

3.5.5 Uji T (Parsial)

Uji T adalah suatu tes statistik yang memungkinkan kita membandingkan dua skor rata-rata, untuk menentukan probabilitas atau peluang bahwa perbedaan antara dua skor rata-rata merupakan perbedaan yang nyata bukan perbedaan yang terjadi secara kebetulan.⁵⁰ Pengujian variabel independen secara individu yang dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, maksudnya yakni apakah model regresi variabel independen X1 dan X2 secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel dependen (Y).

⁴⁹Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, 2013, h.405.

⁵⁰Punaji Setyosari, *metode penelitian pendidikan dan pengembangan* (Jakarta: Kencana, Fajar Interpratama Offset, 2010), h.218.

Uji T yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Dapat juga dikatakan bahwa Uji T bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan T hitung dengan *T tabel* atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing T hitung.⁵¹ Uji T digunakan untuk melihat signifikan pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen atau uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu. Pengujian ini dilakukan dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Penerimaan dan penolakan hipotesis dilakukan dengan cara sebagai berikut :

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan sebaliknya jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

⁵¹Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2012), hlm. 78-80.

3.5.5.1 Fungsi pengujian uji T

1. Untuk memperkirakan interval rata-rata.
2. Untuk menguji hipotesis tentang rata-rata suatu sampel.
3. Untuk mengetahui batas penerimaan suatu hipotesis.
4. Untuk menguji layak tidaknya sebuah pernyataan dapat dipercaya atau tidak.

3.5.6 Uji F (Simultan)

Uji F yaitu uji untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Uji F juga untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik atau signifikan atau tidak baik atau non signifikan.

Untuk menjawab hipotesis dari penelitian ini, maka digunakan uji F. Uji F digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (persepsi dan promosi) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (mahasiswa memilih prodi perbankan syariah).⁵²

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria dalam uji F sebagai berikut :

Taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima berarti secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

⁵²Algifari, *Analisis Regresi : Teori, Kasus dan Solusi*, Yogyakarta : BPFE UGM, 2000, h. 39.

H_0 akan ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, yang artinya variabel independen (X) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). H_0 akan diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, yang artinya variabel independen (X) secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Asumsinya adalah :

H_0 = Model regresi linear berganda tidak dapat digunakan untuk memprediksi keputusan memilih mahasiswa yang dipengaruhi oleh persepsi dan promosi.

H_1 = Model regresi linear berganda dapat digunakan untuk memprediksi keputusan memilih mahasiswa yang dipengaruhi oleh persepsi dan promosi.

1. Berdasarkan perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel}

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

2. Berdasarkan probabilitas

Jika probabilitas (sig) $> \alpha$ maka H_0 diterima.

Jika probabilitas (sig) $< \alpha$ maka H_0 ditolak.

3. Uji F (secara simultan)

Hipotesis:

H_0 = Variabel persepsi dan promosi secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa.

H_a = Variabel persepsi dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa.

Kaidah pengujian yakni menggunakan metode probabilitas sebagai berikut :

Jika probabilitas (sig) $> \alpha$ maka H_0 diterima.

Jika probabilitas (sig) $< \alpha$ maka H_0 ditolak.

Dari tabel Annova nilai probabilitas (sig) = 0,000 dan nilai taraf signifikan $\alpha = 0,1$.

Membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan taraf signifikan (α).

3.5.7 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah cabang ilmu statistika inferensial yang dipergunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut. Pernyataan ataupun asumsi sementara yang dibuat untuk diuji kebenarannya tersebut dinamakan dengan Hipotesis (*Hypothesis*) atau hipotesa. Tujuan dari Uji hipotesis adalah untuk menetapkan suatu dasar sehingga dapat mengumpulkan bukti yang berupa data-data dalam menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran dari pernyataan atau asumsi yang telah dibuat. Uji hipotesis juga dapat memberikan kepercayaan diri dalam pengambilan keputusan yang bersifat objektif.

Pengambilan Keputusan dalam uji Hipotesis dihadapi dengan dua kemungkinan kesalahan yaitu :

3.5.7.1 Kesalahan Tipe I (*Type I Error*)

Kesalahan yang diperbuat apabila menolak Hipotesis yang pada hakikatnya adalah benar. Probabilitas Kesalahan Tipe I ini biasanya disebut dengan *Alpha Risk* (Resiko Alpha). *Alpha Risk* dilambangkan dengan simbol α .

3.5.7.2 Kesalahan Tipe II (*Type II Error*)

Kesalahan yang diperbuat apabila menerima Hipotesis yang pada hakikatnya adalah Salah. Probabilitas Kesalahan Tipe II ini biasanya disebut dengan *Beta Risk* (Resiko Beta). *Beta Risk* dilambangkan dengan simbol β .

Dalam Pengujian Hipotesis, diperlukan membuat 2 pernyataan hipotesis yaitu :

3.5.7.3 Hipotesis Nol (H_0)

Hipotesis nol merupakan hipotesis awal yang umumnya berisi kepercayaan, asumsi, atau pendapat yang masih perlu dibuktikan kebenarannya. Pernyataan yang diasumsikan benar kecuali ada bukti yang kuat untuk membantahnya. Selalu mengandung pernyataan “sama dengan”, “tidak ada pengaruh”, “tidak perbedaan”. Dilambangkan dengan H_0 .

3.5.7.4 Hipotesis Alternatif (H_1)

Hipotesis alternatif merupakan hipotesis yang menyatakan pendapat atau yang berlawanan dengan hipotesis nol. Hipotesis alternatif selalu berlawanan dengan hipotesis nol. Hal ini dikarenakan pada dasarnya kita ingin sekali menolak H_0 dengan menawarkan Hipotesis alternatif sebagai pernyataan yang lebih tepat. Pernyataan yang dinyatakan benar jika Hipotesis Nol (H_0) berhasil ditolak. Dilambangkan dengan H_1 atau H_A .⁵³

3.5.8 Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Dalam Bahasa Inggris, istilah ini disebut dengan *multiple linear regression*. Perbedaan antara regresi berganda dengan regresi sederhana ialah terletak pada variabel yang digunakan. Apabila variabel yang digunakan lebih dari satu maka yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Pada dasarnya regresi linear berganda adalah model prediksi atau peramalan dengan menggunakan berskala interval atau rasio serta terdapat lebih dari satu *predictor*.

⁵³<https://yuvalianda.com/uji-hipotesis/>. Diakses 23 Januari 2020, pukul 01.13.

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua atau lebih pengaruh bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Analisis ini digunakan dalam penelitian ini karena variabel independen dalam penelitian ini lebih dari dua variabel. Analisis regresi linier berganda adalah analisis regresi untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) terhadap satu variabel tak bebas (Y).⁵⁴ Namun tetap menunjukkan diagram hubungan linear. Regresi linear berganda dituliskan dengan persamaan atau rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Memilih

α = Konstanta

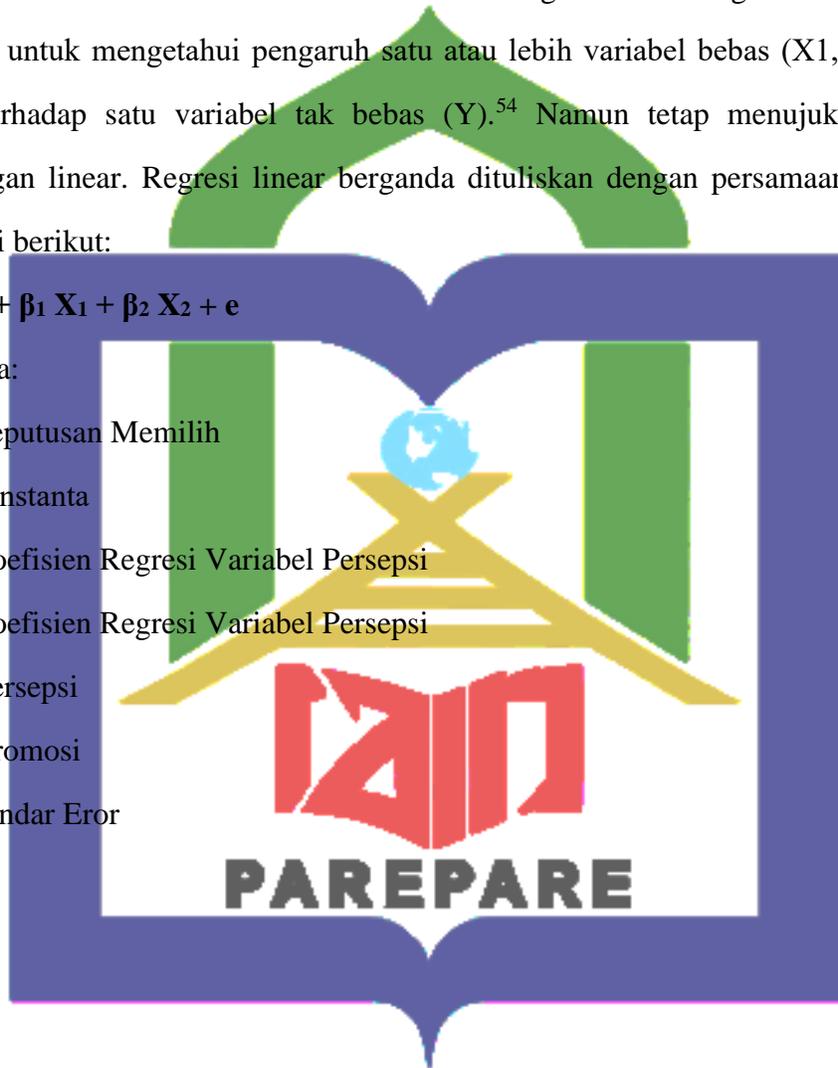
β_1 = Koefisien Regresi Variabel Persepsi

β_2 = Koefisien Regresi Variabel Persepsi

X_1 = Persepsi

X_2 = Promosi

e = Standar Error



⁵⁴Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta:Kencana Prenadamedia Group, 2013), h. 301.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Di era globalisasi, tingkat persaingan di dunia kerja semakin tinggi. Hal ini mengakibatkan banyak individu yang gagal bersaing untuk mendapatkan suatu pekerjaan, sehingga individu tersebut menjadi seorang pengangguran. Banyaknya pengangguran dalam suatu negara dapat berpengaruh buruk bagi pembangunan nasional dalam jangka panjang maupun pendek. Pengangguran juga akan menjadikan individu yang menganggur kesulitan dalam hal ekonomi. Para orang tua yang mengetahui akan hal itu kemudian mengambil langkah antisipasi dengan menyekolahkan anaknya hingga jenjang pendidikan tertinggi. Hal ini dikarenakan adanya kesadaran dalam diri orang tua dan anak itu sendiri tentang perjalanan karir di masa yang akan datang juga bergantung pada pendidikan. Salah satu tujuan dari pendidikan sendiri adalah pengembangan potensi peserta didik serta ketrampilan yang diperlukannya.⁵⁵

Alumni SMK yang telah menekuni bidang kejuruan di bangku sekolah diharapkan mampu melanjutkan pendidikan yang sesuai dengan keinginan dan keputusannya. Walaupun sebenarnya alumni SMK telah dipersiapkan untuk menekuni dunia kerja bagi yang ingin membuka peluang usaha setelah lulus di bangku sekolah. Pentingnya melanjutkan pendidikan di bangku perguruan tinggi dikarenakan sudah banyak perusahaan ataupun usaha kecil dan menengah yang memilih alumni Strata 1 sebagai calon pegawai.

⁵⁵Dedi Novin Saslanto, *Pengaruh Dukungan Sosial Orang Tua Terhadap Pilihan Karir Siswa Smk Muhammadiyah 1 Prambanan* (Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu Pendidikan: Yogyakarta, 2016). Diakses (31 Januari 2019).

Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami informasi dalam lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Persepsi membantu seseorang dalam memilih, mengatur, menyimpan, dan menginterpretasikan rangsangan menjadi gambaran dunia yang utuh dan berarti. Oleh sebab itu persepsi berperan dalam penerimaan rangsangan, mengaturnya, dan menerjemahkan rangsangan yang sudah teratur itu untuk mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap.

Persepsi menurut peneliti sangat berpengaruh terhadap keputusan memilih mahasiswa yang ingin melanjutkan pendidikan di program studi perbankan syariah IAIN Parepare setelah lulus di sekolah menengah kejuruan yang ditempuhnya. Proses kognitif yang dilalui berupa informasi mengenai lingkungan kampus IAIN Parepare tentu telah diperoleh dan diketahui sebelum memantapkan pilihan untuk melanjutkan pendidikan di IAIN Parepare.

Minat mahasiswa memilih program studi perbankan syariah di IAIN Parepare tiap tahunnya meningkat. Salah satu alasannya karena bank syariah dan bank konvensional semakin membenah ke arah yang lebih baik dan memantapkan kinerja perusahaan. Program studi perbankan syariah di IAIN Parepare menjadi prodi pertama yang paling diminati setiap tahun setelah diresmikan di tahun 2014.

Promosi yang gencar dilakukan di setiap kegiatan kampus mampu mendapatkan respon baik di masyarakat. IAIN Parepare terus melebarkan sayap memperbaiki fasilitas dan prasarana kampus yang memadai bagi mahasiswanya. Tak hanya itu, adanya pertukaran pelajar dari Thailand menjadi titik baru untuk terus berkembang dan dikenal sebagai kampus yang berbasis keagamaan yang kian dikenal masyarakat mancanegara dan domestik.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Populasi dalam penelitian ini yakni mahasiswa prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner atau angket dengan memberikan kuesioner atau angket kepada mahasiswa alumni SMK.

4.2.1 Karakteristik Responden

Dari seluruh responden yang diteliti tersebut dapat dikategorikan karakteristiknya menurut kategori berikut :

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

JENIS_KELAMIN

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Wanita	35	63,6	63,6	63,6
Laki- laki	20	36,4	36,4	100,0
Total	55	100,0	100,0	

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2020

Data di atas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin wanita sebanyak 35 orang dengan persentase 63,6% sedangkan laki-laki berjumlah 20 orang dengan persentase 36,4% dan total keseluruhan responden sebanyak 55 orang.

Dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa wanita lebih dominan dan tertarik memilih program studi perbankan syariah di IAIN Parepare. Hal ini dapat berdasar pada lebih banyak pegawai wanita yang dibutuhkan oleh bank di perusahaan khususnya ditempatkan di bagian *front office*. *Front Office* juga memiliki peminat yang banyak karena memiliki tunjangan lebih daripada pegawai lain, hal ini semakin memantapkan para peminat yang ingin melanjutkan jenjang karir di dunia perbankan.

Walaupun persentasinya sedikit, tetapi lakilaki juga berperan aktif dalam dunia perbankan. Pegawai lakilaki banyak di tempatkan pada bagian *Funding*, *Account Officer*, dan *Collector* yang banyak bergerak di lapangan. Gaya berbahsa lakilaki dinilai mampu lebih menarik calon nasabah dan memiliki stamina lebih untuk terjun ke lapangan menagih para naaba yang telah jatuh tempo atau untuk menilai jaminan nasabah. Walaupun sebenarnya wanita juga ada yang ditempatkan dibagian tersebut.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.2

UMUR

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
umur 18	1	1,8	1,8	1,8
umur 19	16	29,1	29,1	30,9
umur 20	11	20,0	20,0	50,9
Valid umur 21	15	27,3	27,3	78,2
umur 22	12	21,8	21,8	100,0
Total	55	100,0	100,0	

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2020

Data di atas menunjukkan responden yang berusia 18 tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 1,8%, responden berusia 19 tahun berjumlah 16 orang dengan persentase 29,1%, berusia 20 tahun berjumlah 11 orang dengan persentase 20,0%, berusia 21 tahun berjumlah 15 orang dengan persentase 27,3%, dan berusia 22 tahun berjumlah 12 orang dengan persentase 21,8%.

Dari karakteristik umur tingkat persentase dan peminatnya tidak terlalu jauh dikarenakan dunia perbankan sedang berada dimasa kepopulerannya sebagai pekerjaan yang cukup menjanjikan sehingga tidak heran jika memiliki peminat yang cukup bervariasi. Adapun yang berumur 18 tahun dengan persentase 1,8% belum terlalu kuat dijadikan landasan bahwa peminat memilih program studi perbankan syariah di IAIN Parepare sedikit. Hal ini dikarenakan ada beragam umur yang dimiliki mahasiswa dan dalam melakukan wawancara kebetulan yang ditemui cuma ada 1 mahasiswa yang memiliki umur 18 tahun dan bisa saja ada banyak yang memiliki umur yang sama tetapi tidak termasuk ke dalam sampel yang diteliti.

Deskripsi data yang disajikan dalam bagian ini meliputi data variabel persepsi (X1), variabel promosi (X2), variabel keputusan memilih (Y). Adapun nilai-nilai yang disajikan diolah dari data mentah dengan menggunakan teknik analisis deskriptif yaitu nilai rata-rata, median, modus, varians, dan standar deviasi.

Hasil perhitungan statistik deskriptif masing-masing variabel disajikan sebagai berikut :

1. Persepsi tentang Keputusan Memilih Program Studi Perbankan Syariah IAIN Parepare.

Tabel 4.3

a. Hasil Jawaban Persepsi

VARIABEL	ITEM PERNYATAAN	TOTAL SS %	TOTAL S %	TOTAL N %	TOTAL TS %	TOTAL STS %
PERSEPSI X1	PERNYATAAN 1	13	24	15	1	2
	PERNYATAAN 2	13	23	13	4	2
	PERNYATAAN 3	27	19	6	1	2
	PERNYATAAN 4	12	23	17	2	1

b. Hasil statistik deskriptif (X1)

Tabel 4.4

Statistics

		PERSEPSI
N	Valid	55
	Missing	0
	Mean	15,5818
	Median	16,0000
	Mode	17,00
	Std. Deviation	3,06528
	Variance	9,396
	Minimum	4,00
	Maximum	20,00
	Sum	857,00

Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor item jawaban variabel Persepsi berada pada 4,00-20,00, dengan rata-rata (*mean*) sebesar 15,5818, median 16,0000, modus 17,00, varians 9,396, dan standar deviasi 3,06528.

Tabel 4.5
Skor Klasifikasi

SKOR	KLASIFIKASI
80-100	Sangat Baik
66-79	Baik
56-65	Cukup
40-55	Buruk
<39	Sangat Buruk

Skor total variabel persepsi yang diperoleh dari hasil penelitian adalah 857,00, skor teoritik tertinggi variabel ini tiap responden adalah $5 \times 4 = 20$, karena jumlah responden 55 orang, maka skor kriterium adalah $55 \times 20 = 1.100$. sehingga persepsi mahasiswa tentang keputusan memilih program studi Perbankan Syariah IAIN Parepare adalah $857,00 : 1.100 = 0,779$ atau 77,9. Jadi disimpulkan bahwa persepsi mahasiswa tentang keputusan memilih program studi Perbankan Syariah IAIN Parepare termasuk klasifikasi baik.

2. Promosi tentang Keputusan Memilih Program Studi Perbankan Syariah IAIN Parepare.

a. Hasil Jawaban Promosi

Tabel 4.6

VARIABEL	ITEM PERNYATAAN	TOTAL SS %	TOTAL S %	TOTAL N %	TOTAL TS %	TOTAL STS %
PROMOSI X2	PERNYATAAN 1	3	14	22	13	3
	PERNYATAAN 2	5	19	16	9	6
	PERNYATAAN 3	10	26	14	2	3
	PERNYATAAN 4	5	19	16	11	4

b. Hasil statistik dekriptif (X2)

Tabel 4.7
Statistics

		PROMOSI
N	Valid	55
	Missing	0
Mean		13,0364
Median		13,0000
Mode		12,00
Std. Deviation		3,51169
Variance		12,332
Minimum		4,00
Maximum		20,00
Sum		717,00

Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor item jawaban variabel Persepsi dan Promosi berada pada 4,00-20,00, dengan rata-rata (*mean*) sebesar 13,0364, median 13,0000, modus 12,00, varians 12,332, dan standar deviasi 3,51169.

Tabel 4.8
Skor Klasifikasi

SKOR	KLASIFIKASI
80-100	Sangat Baik
66-79	Baik
56-65	Cukup
40-55	Buruk
<39	Sangat Buruk

Skor total variabel persepsi dan promosi yang diperoleh dari hasil penelitian adalah 717,00, skor teoritik tertinggi variabel ini tiap responden adalah $5 \times 4 = 20$, karena jumlah responden 55 orang, maka skor kriterium adalah $55 \times 20 = 1.100$. sehingga persepsi mahasiswa tentang keputusan memilih program studi Perbankan Syariah IAIN Parepare adalah $717,00 : 1.100 = 0,651$ atau 65,1. Jadi disimpulkan bahwa promosi tentang keputusan memilih program studi Perbankan Syariah IAIN Parepare termasuk klasifikasi cukup.

3. Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Perbankan Syariah IAIN Parepare.
 - a. Hasil Keputusan Memilih

Tabel 4.9

VARIABEL	ITEM PERNYATAAN	TOTAL SS %	TOTAL S %	TOTAL N %	TOTAL TS %
KEPUTUSAN MEMILIH	PERNYATAAN 1	16	21	12	5
	PERNYATAAN 2	11	24	15	4
	PERNYATAAN 3	23	10	13	8
	PERNYATAAN 4	30	13	9	2

c. Hasil statistik dekriptif (Y)

Tabel 4.10

Statistics
KEPUTUSAN_MEMILIH

N	Valid	55
	Missing	0
Mean		15,6545
Median		16,0000
Mode		17,00
Std. Deviation		2,82330
Variance		7,971
Minimum		4,00
Maximum		19,00
Sum		861,00

Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor item jawaban variabel Keputusan Mmilih berada pada 4,00-19,00, dengan rata-rata (mean) sebesar 15,6545, median 16,0000, modus 17,00, varians 7,971, dan standar deviasin 2,82330.

Tabel 4.11
Skor Klasifikasi

SKOR	KLASIFIKASI
90%-100%	Kategori Sangat Tinggi
80%-89%	Kategori Tinggi
70%-79%	Kategori Sedang
60%-69%	Kategori Rendah
50%-59%	Kategori Sangat Rendah

Skor total variabel keputusan memilih yang diperoleh dari hasil penelitian adalah 861,00, skor teoritik tertinggi variabel ini tiap responden adalah $5 \times 4 = 20$, karena jumlah responden 55 orang, maka skor kriterium adalah $55 \times 20 = 1.100$. sehingga persepsi mahasiswa tentang keputusan memilih program studi Perbankan Syariah IAIN Parepare adalah $861,00 : 1.100 = 0,782$ atau 78,2% dari kriterium yang ditetapkan. Jadi disimpulkan bahwa keputusan memilih program studi Perbankan Syariah IAIN Parepare termasuk kategori sedang.

Hal ini membuktikan hasil pengamatan di lapangan bahwa dengan keputusan memilih dapat mendorong mahasiswa memilih program studi Perbankan Syariah IAIN Parepare.

4.3 Pengujian Instrumen Penelitian

4.3.1 Uji Validitas

Dasar pengambilan keputusannya dalam uji validitas adalah :

Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel} = \text{Valid}$

Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel} = \text{Tidak Valid}$

Tabel 4.12

Rekap Uji Validitas Variabel Persepsi (X₁)

INDIKATOR	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
PERSEPSI			
P1	0,837	0.2241	VALID
P2	0,858	0.2241	VALID
P3	0,785	0.2241	VALID
P4	0,701	0.2241	VALID

Dari Uji Validitas tabel diatas dapat menunjukkan hasil uji validitas dari empat indikator pertanyaan variabel persepsi diatas dapat diperoleh *Correlated Item*, dasar pengambilan keputusan dari uji validitas bahwa $R_{hitung} > R_{tabel}$. R_{hitung} sebesar indikator pertanyaan pertama didapatkan sebesar $0,837 > 0,2241$. Maka ditarik kesimpulan bahwa indikator pertanyaan pertama variabel persepsi adalah valid (sah). R_{hitung} sebesar indikator pertanyaan kedua didapatkan sebesar $0,858 > 0,2241$. Maka ditarik kesimpulan bahwa indikator pertanyaan kedua variabel persepsi adalah valid (sah). R_{hitung} sebesar indikator pertanyaan ketiga didapatkan sebesar $0,785 > 0,2241$. Maka ditarik kesimpulan bahwa indikator pertanyaan ketiga variabel persepsi adalah valid (sah). R_{hitung} sebesar indikator pertanyaan keempat didapatkan sebesar $0,701 > 0,2241$. Maka ditarik kesimpulan bahwa indikator pertanyaan keempat variabel persepsi adalah valid (sah).

Tabel 4.13

Rekap Uji Validitas Veriabel Promosi (X₂)

INDIKATOR	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
Promosi			
P1	0,884	0.2241	VALID
P2	0,910	0.2241	VALID
P3	0,712	0.2241	VALID
P4	0,825	0.2241	VALID

Dari Uji Validitas tabel diatas dapat menunjukkan hasil uji validitas dari empat indikator pertanyaan variabel promosi diatas dapat diperoleh *Correlated Item*, dasar pengambilan keputusan dari uji validitas bahwa $R_{hitung} > R_{tabel}$. R hitung sebesar

indikator pertanyaan pertama didapatkan sebesar $0,884 > 0,2241$. Maka ditarik kesimpulan bahwa indikator pertanyaan pertama variabel promosi adalah valid (sah). R_{hitung} sebesar indikator pertanyaan kedua didapatkan sebesar $0,910 > 0,2241$. Maka ditarik kesimpulan bahwa indikator pertanyaan kedua variabel promosi adalah valid (sah). R_{hitung} sebesar indikator pertanyaan ketiga didapatkan sebesar $0,712 > 0,2241$. Maka ditarik kesimpulan bahwa indikator pertanyaan ketiga variabel promosi adalah valid (sah). R_{hitung} sebesar indikator pertanyaan keempat didapatkan sebesar $0,825 > 0,2241$. Maka ditarik kesimpulan bahwa indikator pertanyaan keempat variabel promosi adalah valid (sah).

Tabel 4.14

Rekap Uji Validitas Variabel Keputusan Memilih (Y)

INDIKATOR	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
Keputusan Memilih			
P1	0,763	0,2241	VALID
P2	0,639	0,2241	VALID
P3	0,632	0,2241	VALID
P4	0,718	0,2241	VALID

Dari Uji Validitas tabel diatas dapat menunjukkan hasil uji validitas dari empat indikator pertanyaan variabel keputusan memilih diatas dapat diperoleh *Correlated Item*, dasar pengambilan keputusan dari uji validitas bahwa $R_{hitung} > R_{tabel}$. R_{hitung} sebesar indikator pertanyaan pertama didapatkan sebesar $0,763 > 0,2241$. Maka ditarik kesimpulan bahwa indikator pertanyaan pertama variabel keputusan memilih adalah valid (sah). R_{hitung} sebesar indikator pertanyaan kedua didapatkan

sebesar $0,639 > 0,2241$. Maka ditarik kesimpulan bahwa indikator pertanyaan kedua variabel keputusan memilih adalah valid (sah). R_{hitung} sebesar indikator pertanyaan ketiga didapatkan sebesar $0,632 > 0,2241$. Maka ditarik kesimpulan bahwa indikator pertanyaan ketiga variabel keputusan memilih adalah valid (sah). R_{hitung} sebesar indikator pertanyaan keempat didapatkan sebesar $0,718 > 0,2241$. Maka ditarik kesimpulan bahwa indikator pertanyaan keempat variabel keputusan memilih adalah valid (sah).

4.3.2 Uji Reabilitas

Instrumen dalam penelitian ini dikatakan reabilitas atau handal apabila dipergunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama sehingga menghasilkan data yang sama. Tujuan uji reabilitas untuk menguji konsistensi angket. Untuk melakukan uji reabilitas terhadap instrumen penelitian adalah dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* yang mengelompokkan item-item menjadi dua atau beberapa belahan. Jika *Cronbach's Alpha* > 0.60 *tabel product moment* maka data penelitian dianggap reliabel atau handal untuk digunakan sebagai input dalam proses penganalisaan data guna menguji hipotesis penelitian.⁵⁶

Adapun hasil uji reabilitas dari setiap item pernyataan variabel persepsi, promosi, dan keputusan memilih yang digunakan dalam penelitian dapat dilihat pada tabel.

⁵⁶Syahriyah Semaun, "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Negeri (Studi Pada Stain Parepare)" Laporan Hasil Penelitian Pusat Penelitian dan Pengembangan Masyarakat (P3M) Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare: Parepare, 2017, h.44.

1. Hasil uji reliabilitas variabel X1 (Persepsi)

Tabel 4.15

Reabilitas Variabel X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,808	4

Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah :

Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka kuisisioner/angket dinyatakan reliabel/konsisten.

Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka kuisisioner/angket dinyatakan tidak reliabel/konsisten.⁵⁷

Data pada tabel diatas, menunjukkan hasil analisis uji reabilitas, dimana nilai *Cronbach's Alpha* (R_{hitung}) dari 4 pertanyaan. Dimana nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Hal ini berarti setiap pernyataan dari variabel X1 Persepsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *reliable* karena nilai *Cronbach's Alpha* $0,808 > 0,60$.

⁵⁷V Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hal. 192

2. Hasil uji reliabilitas variabel X2 (Promosi)

Tabel 4.16
Reabilitas Variabel X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,853	4

Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah :

Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka kuisisioner/angket dinyatakan reliabel/konsisten.

Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka kuisisioner/angket dinyatakan tidak reliabel/konsisten.

Data pada tabel diatas, menunjukkan hasil analisis uji reabilitas, dimana nilai *Cronbach's Alpha* (r hitung) dari 4 pertanyaan. Dimana nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Hal ini berarti setiap pernyataan dari variabel X2 Promosi yang digunakan dalam peneltian ini adalah *reliable* karena nilai *Cronbach's Alpha* $0,853 > 0,60$.

3. Hasil uji reliabilitas variabel Y (Keputusan Memilih)

Tabel 4.17
Reabilitas Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,620	4

Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah :

Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka kuisisioner/angket dinyatakan reliabel/konsisten.

Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka kuisisioner/angket dinyatakan tidak reliabel/konsisten.

Data pada tabel diatas, menunjukkan hasil analisis uji reabilitas, dimana nilai *Cronbach's Alpha* (r hitung) dari 4 pertanyaan. Dimana nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Hal ini berarti setiap pernyataan dari variabel Y keputusan memilih yang digunakan dalam penelitian ini adalah *reliable* karena nilai *Cronbach's Alpha* $0,620 > 0,60$.

4.3.3 Uji Normalitas

Peneliti mengambil uji normalitas dengan menggunakan uji *one sample kolmogorov smirnov test* menggunakan SPSS versi 21.0. Pendeteksian normalitas data apakah terdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji Kolmogorov-

Smirnov. Adapun hasil uji normalitas dari setiap item pernyataan variabel dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 4.17 yakni sebagai berikut:

Tabel 4.18

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,94489306
	Absolute	,163
Most Extreme Differences	Positive	,077
	Negative	-,163
Kolmogorov-Smirnov Z		1,208
Asymp. Sig. (2-tailed)		,108

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2020

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah:

Jika di *unstandardized residual pada Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05 = normal

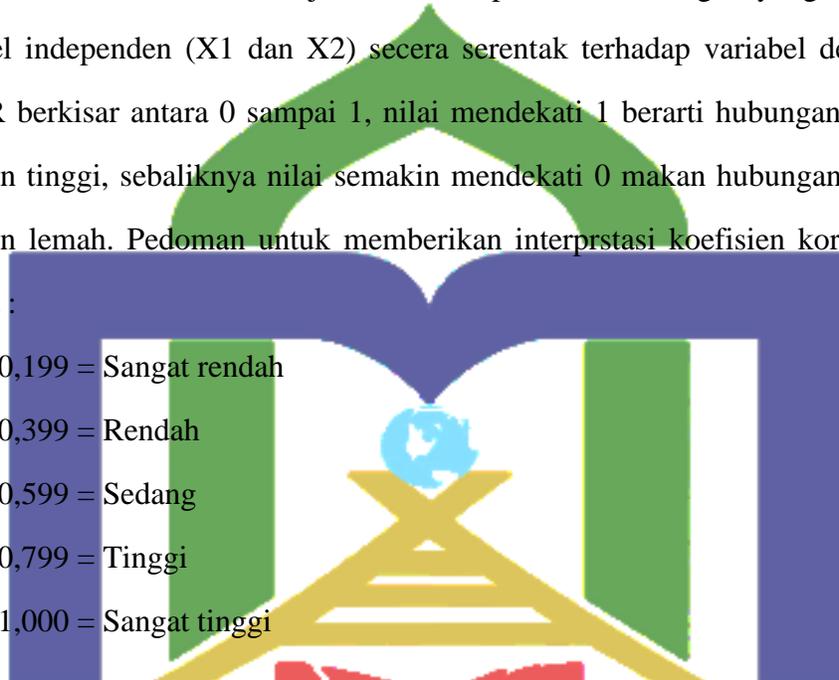
Jika di *unstandardized residual pada Asymp. Sig. (2-tailed)* < 0,05 = tidak normal

Tabel 4.17 dengan pengujian normalitas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yang dapat dilihat di *unstandardized residual pada Asymp. Sig. (2-tailed)* yang menunjukkan 0,108 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

4.3.4 Uji Korelasi Ganda

Analisis ini digunakan untuk melihat atau mengetahui hubungan dua arah atau lebih variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen (X1 dan X2) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin tinggi, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

0,00 – 0,199 = Sangat rendah
 0,20 – 0,399 = Rendah
 0,40 – 0,599 = Sedang
 0,60 – 0,799 = Tinggi
 0,80 – 1,000 = Sangat tinggi



Tabel 4.19
Hasil Pengujian Korelasi Ganda R
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,725 ^a	,525	,507	1,98194	2,126

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, PERSEPSI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN _MEMILIH

Berdasarkan tabel 4.18 hasil uji regresi angka R sebesar 0,725. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang tinggi antara variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y).

4.3.5 Uji T Parsial

Tabel 4.21
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,658	1,474		3,161	,003
1 PERSEPSI (X1)	,534	,097	,580	5,513	,000
PROMOSI (X2)	,205	,085	,255	2,421	,019

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN (Y)

Tabel 4.21 dapat dilihat yaitu kolom *Unstandardized Coefficients* (koefisien berdistribusi normal) yang terdiri dari B dan Std. Error kolom B menunjukkan koefisien B 4,658, yaitu nilai yang menjelaskan bahwa variabel Y akan berubah apabila variabel X diubah 1 unit.

Standardized Coefficients (koefisien berdistribusi normal) dalam kolom ini terdapat Beta dimana dengan tabel tersebut kita bisa mengetahui pengaruh dan sumbangan efektif yang diberikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Sig pada kolom ini dapat diketahui signifikansi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, nilai Sig. Ini sebaiknya adalah dibawah 0,05

Tolerance kolom ini menjelaskan banyaknya varians pada suatu variabel yang tidak bisa dijelaskan oleh tabel prediktor lainnya. Kisarannya 0 hingga 1, dimana semakin mendekati 1 maka semakin mengindikasikan prediktor-prediktor lain tidak bisa menjelaskan varians di variabel termaksud, nilai yang semakin mendekati 0 artinya hampir semua varians didalamnya bisa dijelaskan oleh variabel prediktor lain. Nilai Toleransi sebaiknya ada di antara 0,10 hingga 1.

Dasar pengambilan keputusan

Jika nilai sig < 0,05, atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

Jika nilai sig > 0,05, atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

T tabel = $t(\alpha/2 ; n-k-1) = t(0,05 ; 52) = 1,67469$

Tabel 4.19 diketahui bahwa nilai t hitung variabel X1 sebesar 5,513 dengan signifikansi sebesar 0,000 karena $0,000 < 0,05$ atau t hitung $5,513 > t$ tabel 1,67469 jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi terhadap keputusan mahasiswa alumni SMK memilih Program Studi Perbankan Syariah.

Diketahui bahwa nilai t hitung variabel X2 sebesar 2,421 dengan signifikansi sebesar 0,019 karena $0,019 < 0,05$ atau t hitung $2,421 > t$ tabel 1,67469 jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan mahasiswa alumni SMK memilih Program Studi Perbankan Syariah.

4.3.6 Uji F Simultan

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

Apabila Sig F lebih kecil dari tingkat signifikansi (5%) maka H_0 ditolak, berarti ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel independen dan variabel dependen. Cara yang lain dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel, apabila nilai F hitung lebih besar daripada F tabel maka H_a akan diterima dan H_0 akan ditolak, demikian pula sebaliknya. Uji F berfungsi untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 dan X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y), serta untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen (Y) atau tidak.

Tabel 4.22

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	226,175	2	113,088	28,789	,000 ^b
	Residual	204,261	52	3,928		
	Total	430,436	54			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN (Y)

b. Predictors: (Constant), PROMOSI (X2), PERSEPSI (X1)

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2020

Dasar pengambilan keputusam:

$$F_{\text{tabel}} = F(k; n-k) = F(2; 53) = 3,17$$

Tabel di atas dapat dianalisis sebagai berikut :

H_0 = Model regresi linear berganda tidak dapat digunakan untuk memprediksi keputusan memilih mahasiswa yang dipengaruhi oleh persepsi dan promosi.

H_1 = Model regresi linear berganda dapat digunakan untuk memprediksi keputusan memilih mahasiswa yang dipengaruhi oleh persepsi dan promosi.

4. Berdasarkan perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel}

Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima

Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak

Dimana nilai F_{hitung} dari tabel Anova sebesar 28,789 dan F_{tabel} diperoleh dari data tabel hitung sebesar 3,17, sehingga $F_{\text{hitung}} (28,789) > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak.

Jadi model regresi linear berganda dapat di gunakan untuk memprediksi keputusan memilih mahasiswa yang dipengaruhi oleh persepsi dan promosi.

5. Berdasarkan probabilitas

Jika probabilitas (sig) $> \alpha$ maka H_0 diterima.

Jika probabilitas (sig) $< \alpha$ maka H_0 ditolak.

Dari tabel Anova nilai probabilitas (sig) = 0,000 dan nilai taraf signifikan $\alpha = 0,1$.

Membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan taraf signifikan (α).

$\text{Sig} (0,000) < \alpha (0,1)$, maka H_0 ditolak.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regesi linear berganda dapat digunakan untuk memprediksi keputusan memilih mahasiswa yang dipengaruhi oleh persepsi dan promosi.

6. Uji F (secara simultan)

Hipotesis:

H_0 = Variabel persepsi dan promosi secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa.

H_a = Variabel persepsi dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa.

Kaidah pengujian yakni menggunakan metode probabilitas sebagai berikut :

Jika probabilitas (sig) $> \alpha$ maka H_0 diterima.

Jika probabilitas (sig) $< \alpha$ maka H_0 ditolak.

Dari tabel Anova nilai probabilitas (sig) = 0,000 dan nilai taraf signifikan $\alpha = 0,1$.

Membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan taraf signifikan (α).

$\text{Sig} (0,000) < \alpha (0,1)$, maka H_0 ditolak.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa persepsi dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa.

Tabel 4.23

Residuals Statistics^a

	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	7,6151	18,9073	15,6545	2,04657	55
Residual	-6,18739	4,11140	,00000	1,94489	55
Std. Predicted Value	-3,928	1,589	,000	1,000	55
Std. Residual	-3,122	2,074	,000	,981	55

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN (Y)

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2020

Dari tabel diatas merupakan ringkasan yang meliputi nilai minimum dan maksimum, mean dan standar deviasi dari predicted value (nilai yang diprediksi) dan statistik residu.

4.3.7 Uji Hipotesis

Dasar pengambilan keputusan perumusan hipotesis:

H1 = Terdapat pengaruh persepsi (X1) terhadap keputusan memilih (Y)

H2 = Terdapat pengaruh promosi (X2) terhadap keputusan memilih (Y)

H3 = Terdapat pengaruh persepsi (X1) dan promosi (X2) secara simultan terhadap keputusan memilih (Y)

H4 = Terdapat hubungan yang tinggi antara variabel persepsi dan promosi terhadap variabel keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare.

H5= Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel persepsi dan promosi terhadap variabel keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare.

Tingkat kepercayaan 95%, $\alpha = 0,05$

Tabel 4.24
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	4,658	1,474		3,161	,003
1	PERSEPSI	,534	,097	,580	5,513	,000
	PROMOSI	,205	,085	,255	2,421	,019

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN _MEMILIH

4.3.7.1 Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

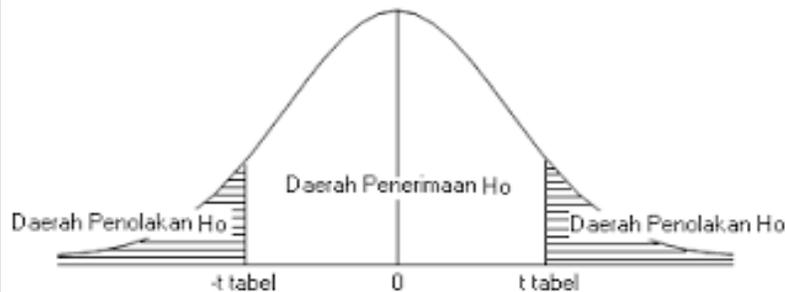
Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,000 > 0,05$ dan nilai t hitung $5,513 > t$ tabel $1,67469$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh persepsi (X1) terhadap keputusan memilih (Y).

4.3.7.2 Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,019 > 0,05$ dan nilai t hitung $2,421 > t$ tabel $1,67469$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh promosi (X2) terhadap keputusan memilih (Y).

4.3.7.3 Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Gambar.3
Kurva Uji T



Diketahui nilai t hitung X1 $5,513 > t$ tabel $1,67469$ berada pada area penerimaan H_0 atau hipotesis diterima dimana arah pengaruhnya adalah arah positif. Dari gambar diatas juga diketahui nilai t hitung X2 $2,421 > t$ tabel $1,67469$ berada pada area penerimaan H_0 atau hipotesis diterima dimana arah pengaruhnya adalah arah positif.

Arah positif maksudnya semakin positif persepsi (X1) dan promosi (X2) maka akan meningkatkan keputusan mahasiswa memilih program studi perbankan syariah IAIN Parepare.

4.3.7.4 Pengujian Hipotesis Keempat (H4)

Berdasarkan hasil output pada tabel 4.13 diatas uji regresi angka R sebesar 0,725. Artinya derajat hubungan antara variabel persepsi dan promosi terhadap keputusan memilih merupakan kategori korelasi tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang tinggi antara variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y).

4.3.7.5 Pengujian Hipotesis Kelima (H5)

Ada hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi dan promosi yaitu dari hasil uji parsial variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi perbankan syariah IAIN Parepare dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi perbankan syariah IAIN Parepare dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$.

4.3.8 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh-pengaruh antara variabel-variabel tersebut dalam penelitian ini digunakan alat regresi. Regresi menunjukkan hubungan antara variabel-variabel yang satu dengan variabel yang lain dimana variabel yang satu mempengaruhi variabel yang lain. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh persepsi dan promosi terhadap keputusan memilih. Adapun hasil analisis uji regresi linear berganda dapat jelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.25
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,658	1,474		3,161	,003
1 PERSEPSI (X1)	,534	,097	,580	5,513	,000
PROMOSI (X2)	,205	,085	,255	2,421	,019

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN (Y)

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2020

Berdasarkan hasil tersebut, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 4,658 + 0,534 X_1 + 0,205 X_2$$

Dimana:

Y = Keputusan Memilih

$$\alpha = 4,658$$

$$X_1 = 0,534$$

$$X_2 = 0,205$$

Dari persamaan diatas, dapat di interprestasikan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta (α)

Konstanta sebesar 4,658 mengandung arti bahwa nilai konsistensi variabel Keputusan adalah sebesar 4,658 poin apabila variabel persepsi dan promosi dengan nol atau tidak ada.

2. Persepsi (X_1)

Koefisien Regresi X_1 sebesar 0,534 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai *Trust*, maka nilai keputusan memilih mahasiswa akan meningkat sebesar 0,534. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X_1 terhadap Y adalah positif.

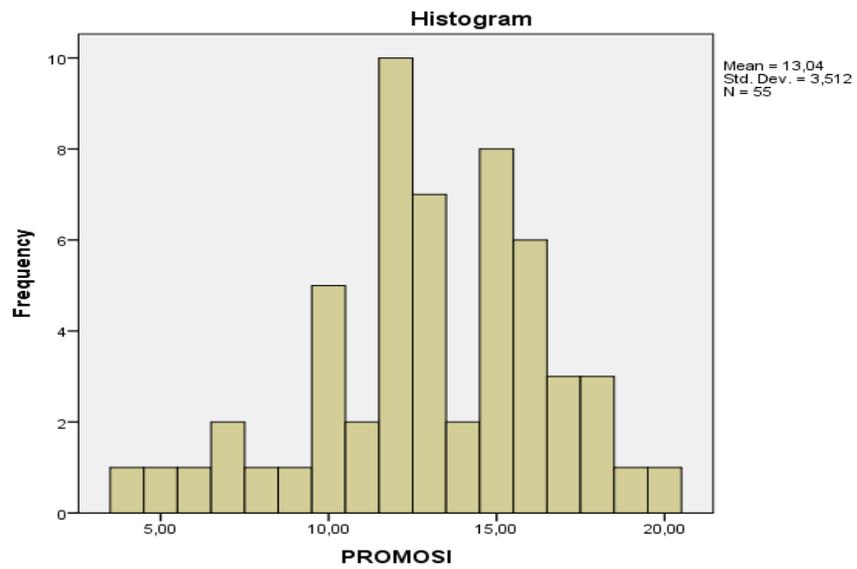
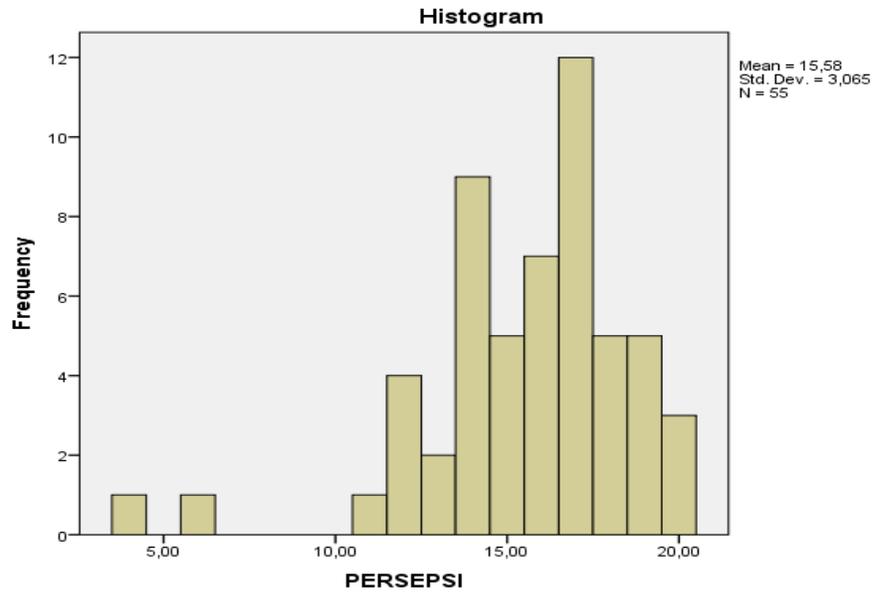
3. Promosi (X_2)

Koefisien Regresi X_2 sebesar 0,205 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai *Trust*, maka nilai keputusan memilih mahasiswa akan meningkat sebesar 0,205. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X_2 terhadap Y adalah positif.

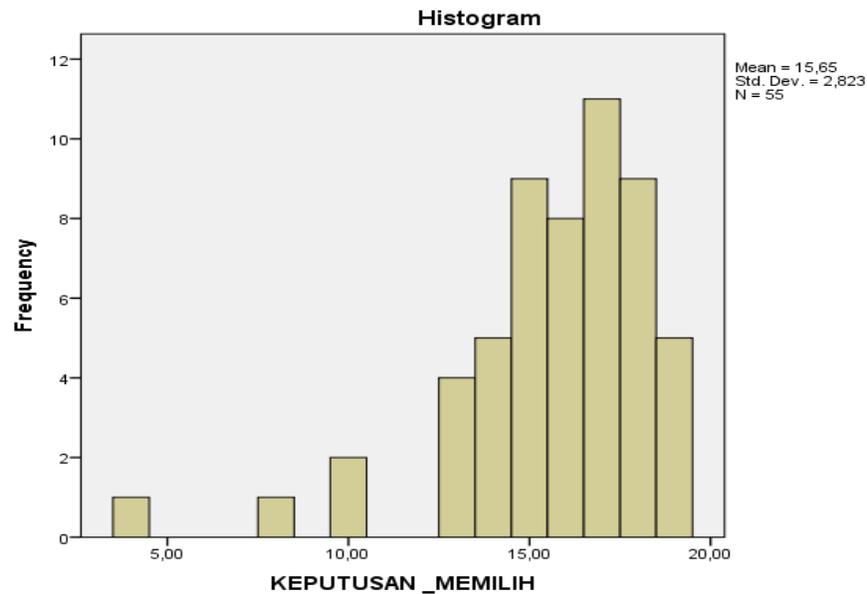
4. Keputusan Memilih (Y)

Koefisien Regresi Y sebesar 6,871 merupakan penaksir parameter variabel keputusan memilih terhadap keputusan mahasiswa. Nilai ini menunjukkan apabila keputusan memilih terhadap keputusan memilih meningkat 1 point, maka keputusan memilih mahasiswa akan meningkat sebesar 6,871 dengan catatan tidak ada faktor lain yang mempengaruhi atau variabel lain konstan.

Gambar.4



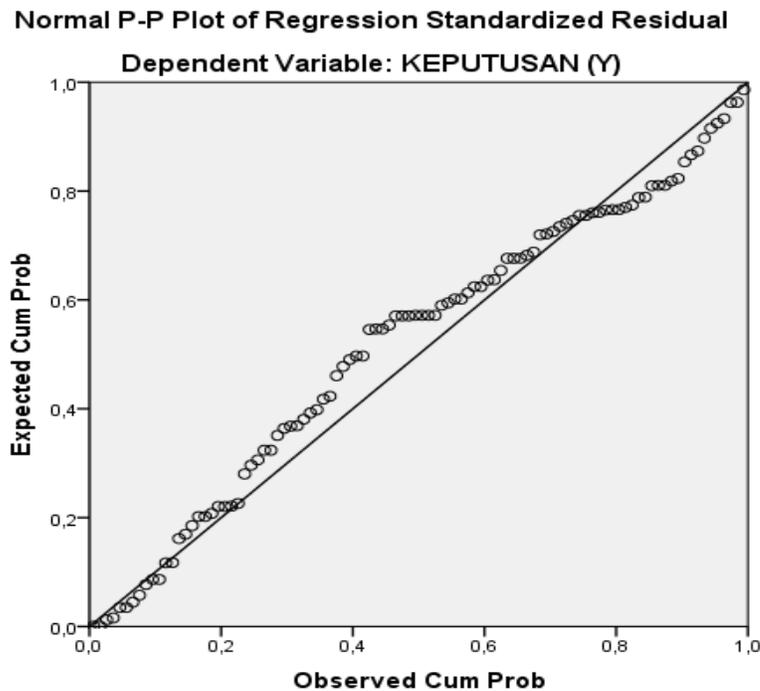
Gambar.6



Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2020

Diagram batang diatas kita dapat melihat bahwa batang-batang yang terbentuk cukup berantakan, hal ini menandakan adanya salah satu data variabel yang bermasalah. Namun dalam regresi linear berganda kita hanya melihat pada normalitas data seluruh variabel maka hal ini tidak perlu dipermasalahkan. Kriteria diagram batang yang dikatakan lolos uji normalitas adalah apabila batang-batang yang terbentuk mengikuti bentuk gelombang atau lonceng yang terdapat pada diagram. Pada output diatas meski cukup terlihat berantakan namun masih bisa dikatakan mengikuti garis gelombang tersebut.

Gambar.7



Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2020

Grafik *scatterplot* ini berisi titik yang membentuk pola tertentu berdasarkan data yang ada. Dari grafik *scatterplot* diatas juga dapat memberi kita informasi mengenai lolos tidaknya dalam uji Normalitas. Cara penilaiannya adalah apabila titik-titik tersebar mengikuti garis miring (diagonal) maka data disebut normal, jika melenceng jauh maka itu tandanya tidak normal. Gambar.5 menunjukkan bahwa sebaran titik berada disekitar garis diagonal dan beberapa mengikuti arus garis diagonal. Pengujian distribusi data yang dilakukan dengan metode grafis ini menunjukkan hasil yang dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan untuk mengukur pengaruh persepsi dan promosi terhadap putusan mahasiswa

memilih program studi perbankan syariah di IAIN Parepare karena telah memenuhi asumsi normalitas.

4.4 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh Persepsi (X₁) terhadap Keputusan Mahasiswa Mahasiswa Memilih Program Studi Perbankan Syariah IAIN Parepare (Studi Alumni SMK)

Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami informasi dalam lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Persepsi membantu seseorang dalam memilih, mengatur, menyimpan, dan menginterpretasikan rangsangan menjadi gambaran dunia yang utuh dan berarti. Oleh sebab itu persepsi berperan dalam penerimaan rangsangan, mengaturnya, dan menerjemahkan rangsangan yang sudah teratur itu untuk mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap.

Oleh karenanya proses persepsi tidak bisa lepas dari proses penginderaan, dan proses penginderaan merupakan proses pendahulu dari proses persepsi. Proses penginderaan akan berlangsung setiap saat, pada waktu individu menerima stimulus melalui alat indera, yaitu melalui mata sebagai alat penglihatan, telinga sebagai alat pendengar, hidung sebagai alat pembauan, lidah sebagai alat pengecap, dan kulit pada telapak tangan sebagai alat perabaan, kesemuanya itu merupakan alat indera yang digunakan untuk menerima stimulus dari luar individu. Stimulus yang diindera itu kemudian diorganisasikan dan diinterpretasikan sehingga individu menyadari dan mengerti tentang apa yang diindera itu, dan proses ini disebut persepsi.⁵⁸

⁵⁸<https://dosenpsikologi.com/teori-persepsi>, diakses 6 Januari 2020, pukul 09.47.

Proses terjadinya persepsi diawali dari suatu objek yang menimbulkan stimulus, kemudian stimulus tersebut mengenai alat indra atau reseptor. Proses ini dinamakan proses kealaman atau proses fisik. Setelah melewati proses fisik, stimulus yang diterima alat indra tersebut diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak. Proses ini dinamakan proses fisiologis. Kemudian terjadilah proses di otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, apa yang didengar, atau apa yang diraba. Dalam kehidupan sehari-hari, nampak bahwa daya persepsi manusia mempunyai kemampuan menyesuaikan diri dengan baik terhadap lingkungannya. Proses yang terjadi di otak ini disebut sebagai proses psikologis. Proses ini merupakan proses terakhir dari persepsi dan merupakan persepsi sebenarnya. Respon sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dalam berbagai macam bentuk.⁵⁹

Pengujian variabel Persepsi terhadap Keputusan Mahasiswa Mahasiswa Memilih Program Studi Perbankan Syariah IAIN Parepare pada *coefficient* analisis regresi linear berganda menghasilkan:

Nilai Koefisien Regresi X_1 ($\beta_1 =$ Persepsi) sebesar 0,534 hasil ini menunjukkan bahwa variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih. Hasil ini sesuai dengan hipotesis maka H_1 diterima yaitu variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare.

⁵⁹<http://eprints.walisongo.ac.id/7357/3/BAB%20II.pdf>, diakses 6 Januari 2020, pukul 09.49.

4.5.2 Pengaruh Promosi (X₂) terhadap Keputusan Mahasiswa Mahasiswa Memilih Program Studi Perbankan Syariah IAIN Parepare (Studi Alumni SMK)

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan suatu pesan tertentu tentang produk baik barang atau jasa, merek dagang atau perusahaan dan lain sebagainya kepada konsumen sehingga dapat membantu pemasaran meningkatkan penjualan. Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.⁶⁰

Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang di maksud komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.⁶¹

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah ataupun pelanggan. Pada penelitian ini, yang menjadi target promosi adalah calon mahasiswa baru yang ingin melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi negeri atau swasta. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah atau pelanggan yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah atau pelanggan terhadap produk, mempengaruhi nasabah atau pelanggan

⁶⁰Djaslim Saladin, Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran, (Bandung: Mandar Maju, 1991), hal. 66

⁶¹Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, edisi ke-2, (Yogyakarta: Andi, 2001), hal. 219

untuk membeli dan akhirnya promosi akan meningkatkan citra bank atau perusahaan dimata para nasabahnya dan pembeli yang lain.⁶²

Promotion mix atau bauran promosi merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.⁶³

Pengujian variabel promosi terhadap Keputusan Mahasiswa Mahasiswa Memilih Program Studi Perbankan Syariah IAIN Parepare pada *coefficient* analisis regresi linear berganda menghasilkan:

Nilai Koefisien Regresi X_2 ($\beta_2 =$ Promosi) sebesar 0,205 hasil ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih. Hasil ini sesuai dengan hipotesis maka H2 diterima yaitu variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare.

4.5.3 Variabel Persepsi (X_1) yang Paling Dominan Berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa Mahasiswa Memilih Program Studi Perbankan Syariah IAIN Parepare (Studi Alumni SMK)

Keputusan merupakan hasil proses pemikiran yang berupa pemilihan satu diantara beberapa alternatif yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Model keputusan konsumen merupakan urutan proses yang dijalani oleh tiap individu ketika mengambil keputusan membeli. Dalam membuat keputusan nasabah yang sebagai pengguna jasa perbankan memilih dari berbagai alternatif yang

⁶²Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta: Prenada Media, 2005), hal. 175

⁶³Basu Swastha & Irwan, Manajemen Pemasaran Modern, (Yogyakarta: Liberty Offset, 1997), hal. 345-353

telah ditawarkan oleh beberapa bank, yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Adapun hak untuk mengambil keputusan pada hakikatnya sama dengan hak untuk membuat rencana.⁶⁴

Kehidupan manusia adalah kehidupan yang selalu diisi dengan pengambilan keputusan. Keputusan itu diambil dengan sengaja, tidak secara kebetulan, dan tidak boleh sembarangan. Masalahnya terlebih dahulu harus diketahui dan dirumuskan dengan jelas, sedangkan pemecahannya harus didasarkan pemilihan alternatif terbaik dari alternatif-alternatif yang disajikan.

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linear berganda didapatkan nilai Koefisien Regresi X_1 ($\beta_1 =$ Persepsi) sebesar 0,534, Koefisien Regresi X_2 ($\beta_2 =$ Promosi) sebesar 0,205.

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan yang menyebutkan bahwa variabel yang memiliki koefisien regresi ($X_n \beta_n$) tertinggi dengan nilai yang menjauhi angka nol maka variabel tersebut merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh dibandingkan variabel lainnya.

Variabel persepsi merupakan yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan memilih mahasiswa, dimana nilai koefisiennya sebesar 0,534 dibandingkan dengan variabel promosi dengan nilai koefisiennya 0,205. Hal ini sesuai dengan hipotesis, maka H_3 diterima yaitu variabel persepsi yang paling dominan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare.

⁶⁴Ibnu Syamsi, Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), hal. 3

4.5.4 Terdapat Hubungan yang Tinggi antara Variabel Persepsi dan Promosi terhadap Variabel Keputusan Mahasiswa Alumni SMK Memilih Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare

Persepsi dan promosi terbukti tinggi menguatkan keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah karena dipengaruhi oleh persepsi dan promosi. Persepsi dan promosi sangat membantu dalam menarik minat calon mahasiswa baru untuk memilih program studi Perbankan Syariah. Banyaknya peminat dan persaingan yang tinggi setiap tahunnya semakin memantapkan calon mahasiswa baru untuk memilih program studi Perbankan Syariah sebagai program studi yang akan dipilihnya.

Persepsi masyarakat tentang IAIN Parepare khususnya dan program studi Perbankan Syariah umumnya semakin baik dan mendapatkan respon positif dari semua pihak. Promosi yang dilakukan juga semakin meluas sejak beralih status dari STAIN Parepare menjadi IAIN Parepare. Dosen dan mahasiswa yang terpilih juga mengunjungi langsung sekolah SMA, SMK, dan MA yang ada di daerah SulSel-Bar.

Berdasarkan hasil uji regresi angka R sebesar 0,725. Artinya derajat hubungan antara variabel persepsi dan promosi terhadap keputusan memilih merupakan kategori korelasi tinggi. Hasil menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang tinggi antara variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y). Hal ini sesuai dengan hipotesis, maka H4 diterima yaitu terdapat hubungan yang tinggi antara variabel persepsi dan promosi terhadap variabel keputusan mahasiswa alumni SMK memilih program studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare.

4.5.5 Terdapat Hubungan yang Positif dan Signifikan antara Variabel Persepsi dan Promosi Terhadap Variabel Keputusan Mahasiswa Alumni SMK Memilih Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare.

Variabel persepsi dan promosi sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi Perbankan Syariah. Maka dari itu IAIN Parepare terus mengutamakan kualitas sehingga persepsi masyarakat tentang IAIN Parepare umumnya dan program studi Perbankan Syariah khususnya selalu terjaga dengan baik. Promosi yang dilakukan juga selalu dikaitkan dengan ilmu-ilmu agama seperti memberikan beasiswa bagi penghafal Al-Qur'an, beasiswa bagi mahasiswa yang berprestasi dan beasiswa bidikmisi bagi calon mahasiswa yang terkendala mengenai dana. Persepsi dan promosi inilah yang memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi Perbankan Syariah.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda didapat hasil nilai signifikansi variabel persepsi yaitu sebesar 0,000 dan nilai signifikansi variabel promosi yaitu sebesar 0,019. Sehingga dapat dikatakan ada hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi dan promosi yaitu dari hasil uji parsial variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi perbankan syariah IAIN Parepare dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi perbankan syariah IAIN Parepare dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi perbankan syariah IAIN Parepare. Dengan demikian dapat disimpulkan H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$
2. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi perbankan syariah IAIN Parepare. Dengan demikian dapat disimpulkan H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$.
3. Variabel persepsi yang paling dominan berpengaruh secara simultan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
4. Besar hubungan persepsi dan promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi perbankan syariah IAIN Parepare dalam korelasi ganda yaitu dengan nilai $0,725 > 0,05$. Dengan interpretasi koefisien tinggi.
5. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi dan promosi yaitu dari hasil uji parsial variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi perbankan syariah IAIN Parepare. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih

program studi perbankan syariah IAIN Parepare. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$.

5.2 Saran

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk meneliti faktor persepsi dan promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi perbankan syariah IAIN Parepare yang komprehensif sehingga diperoleh hasil yang lebih akurat.
2. Diharapkan untuk mahasiswa agar lebih mendalami dan mengkaji lebih jauh tentang faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa alumni SMK Parepare memilih program studi perbankan syariah IAIN Parepare sehingga mampu menambah wawasan yang lebih luas bagi yang menggunakan skripsi ini sebagai referensi kedepannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2000. *Analisis Regresi : Teori, Kasus dan Solusi*. Yogyakarta : BPFE UGM.
- Arikunto, Suharsimi. 1996. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Barnet. 2006. *Konsep Tentang Hakikat Perguruan Tinggi*. Solo : SoloPress.
- Bungin Burnan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Boyd, Walker, Larreche. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global* .Jakarta: PT. GELORA AKSARA PRATAMA.
- Dali Gulo. 2003. *Kamus Psikologi*. Bandung: Pionor Jaya.
- Dedi, Novin Saslanto. 2016. “Pengaruh Dukungan Sosial Orang Tua Terhadap Pilihan Karir Siswa Smk Muhammadiyah 1 Prambanan”. Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu Pendidikan: Yogyakarta.
- Djarwanto, Pangestu.S. 1990. *Pokok-Pokok Metode Riset Dan Bimbingan Teknis Penulisan Skripsi*. Yogyakarta: Liberty.
- E-Journal, “Kepuasan Pelanggan”. <http://ejournal.uajy.ac.id/8729/3/2EM19191.pdf>
- Fadhilah Rezki Putri, “Teori Pengambilan Keputusan”, (<https://hasanismail25.wordpress.com/2013/05/15/bab-5-dan-6-definisi-dan-dasar-pengambilan-keputusan/>), (Diakses pada tanggal 29 maret 2019).
- Hadi. 1991. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM.
- Hanif, Syaifudien Alfurqon. 2012. “Minat Siswa SMK Negeri 2 Surakarta Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi”. Skripsi Sarjana; Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan: Surakarta.
- <https://dosenpsikologi.com/teori-persepsi>
- <https://yuvalianda.com/uji-hipotesis>.
- Ibay, Toyyibah. 2017. *Cara Belajar Gue Bangeeett*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Indra, Pedagang Sukses, <https://bukunnq.wordpress.com/2011/04/23/brosur/.html> (3 Januari 2019).
- Irawan, Soehartono. 1995. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Josef , Ilmoe. 1984. *Motivasi Melanjutkan Studi Siswa SMTA Di DIY*. Laporan Penelitian. Yogyakarta: FIP IKIP Yogyakarta.
- Kasmir. 2005 *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. 2013. *Arah Peminatan BK*. Jakarta: KEMENDIKBUD.

- Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pendidikan Dan Kebudayaan Dan Penjaminan Mutu Pendidikan Pusat Pengembangan Tenaga Kependidik. 2013. *Peminatan Peserta Didik*. Jakarta.
- Maxmanroe, *Pengertian Sosialisasi*. <https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-sosialisasi.html> (3 Januari 2019).
- Morissan. 2010. *Priklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Pasaribu, Amudi 1983. *Pengantar Startistik* (6th ed). Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pasaribu, Il dan Simanjuntak B. 1990. *Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Tarsito.
- Pusat Pengembangan Tenaga Kependidikan Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pendidikan dan Kebudayaan dan Penjaminan Mutu Pendidikan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. 2013. *Peminatan Peserta Didik* : Jakarta.
- Ray, Michael, L. 1982. *Advertising and Communication Management* . Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Ruslan, A. Gani. 1986. *Bimbingan Penjurusan*. Bandung: Angkasa.
- Saladin, Djaslim. 1991. *Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran*, Bandung: Mandar Maju.
- Semaun, Syahriyah. 2017. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Negeri (Studi Pada Stain Parepare)* Laporan Hasil Penelitian Pusat Penelitian dan Penegmbangan Masyarakat (P3M) Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare.
- Slameto. 1995. *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rieka Cipta.
- Soehartono, Irawan. 1995. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sonhaji, Adi. 1998. *Pelaksanaan Pendidikan Sistem Ganda Di Suatu Sekolah Menengah Kejuruan*. Jakarta: Forum Penelitian Kependidikan.
- Sora, Definisi atau Pengertian Brosur dan Fungsinya Lengkap”, <http://www.pengertianku.net/2014/10/definisi-atau-pengertian-brosur-dan-fungsinya-lengkap.html> (3 Januari 2019).
- Sugihartono. 2007. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni V Wiratna. *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujana. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sukandarrumidi. 2012. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

- Sutopo. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif II*. Surakarta: UNS
- Siregar. Syofian. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Siregar. Sofyan. 2013. Syofian Siregar. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan perhitunga Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*.
- Syamsi. Ibnu. 2000. *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Swastha. Basu. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono. Fandy. 2001 *Strategi Pemasaran*, edisi ke-2. Yogyakarta: Andi.
- Uji validitas dan Uji Reliabilitas*. Diakses dari http://elearning.gunadarma.ac.id/docmodul/diklat_kursus_spss/d.Bab_II_Uji_Validitasdan_Uji_Reliabilitas.pdf (8 Januari 2019).
- Umaima. 2016. *Pengaruh Penerapan Prinsip Mudharabah, Murabahah, dan Wadi'ah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Syariah KCP Parepare*.
- Yamane, Taro. 1967. *Statistics: An Introductory Analysis, 2nd Edition*. New York: Harper and Row.
- Wijatno, Serian. 2009. *Pengelolaan Perguruan Tinggi Secara Efisien, Efektif dan Ekonomis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Zuriah, Nurul. 2006. *Metode Pendidikan Sosial dan Pendidikan*. Jakarta : PT Bumi Aksara.



LAMPIRAN-LAMPIRAN





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8; Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-587 /In.39/Febr/05/2019
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM-PTSP)
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : HANIKA
Tempat/Tgl. Lahir : SIWA, 06 Nopember 1996
NIM : 15.2300.184
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : JL. LASINRANG GANG. 35 NO.6 KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA ALUMNI SMK MEMILIH PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH IAIN PAREPARE"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Mei sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kersama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

3 Mei 2019



Muhammad Kamal Zubair



Parepare, 6 May 2019
 Yth. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kota Parepare

Nomor : 273/IPM/DPM-PTSP/5/2019
 Lampiran : -
 Perihal : Izin Penelitian

Di - Parepare

DASAR :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
 3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
 4. Peraturan Daerah Kota Parepare No. 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah.
 5. Peraturan Walikota Parepare No.39 Tahun 2017 tentang Pelimpahan Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare
 6. Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, Nomor : B 507/In.39/Feb/05/2019 tanggal 3 Mei 2019 Perihal Izin Melaksanakan Penelitian.
- Setelah memperhatikan hal tersebut, Pemerintah Kota Parepare (Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare) dapat membenarkan Izin Penelitian kepada :

N a m a : Hanika
Tempat/Tgl. Lahir : Siwa / 06-11-1996
Jenis Kelamin : Wanita
Pekerjaan / Pendidikan : Mahasiswa / S1
Program Studi : Perbankan Syariah
A l a m a t : Jl. K. H. Sanusi Maggu No. 6
 Kel. Kampung Pisang & Kec. Soreang
 Kota Parepare
 91131

Bermaksud untuk melakukan **Penelitian/Wawancara** di Kota Parepare dengan judul :
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Alumni SMK Memilih Program Studi Perbankan Syariah IAIN Parepare

Selama : TMT 08/05/2019 S/D 24/06/2019
Pengikut/Peserta : Tidak Ada

Sehubungan dengan hal tersebut pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera dibelakang Surat Izin Penelitian ini.

Demikian izin penelitian ini diberikan untuk dilaksanakan sesuai ketentuan berlaku.



Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare

HP ANDRUSIA, SH., MH
 Pangkat : Pembina Utama Muda
 NIP.19620915 198101 2 001

- TEMBUSAN** : Kepada Yth.
- 1 Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan Cq. Kepala BKB Sulsel di Makassar
 - 2 Walikota Parepare di Parepare
 - 3 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare di Parepare
 - 4 Saudara Hanika
 - 5 Arsip.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8 Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 Fax.24404
Po Box 909 Parepare 91100 website : www.iainpare.ac.id, email : mail@iainpare.ac.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : B-43/In.39.8/Febl/07/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare menerangkan sesungguhnya bahwa :

Nama : Hanika
Tempat/Tanggal Lahir : Siwa, 06 November 1996
Nim : 15.2300.184
Fakultas/ Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Alamat : JL. Lasinrang Gang.35, No.6, Kota Parepare.

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di IAIN Parepare dengan Judul Skripsi :
**"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA ALUMNI SMK MEMILIH
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH IAIN PAREPARE"**
Mulai Bulan Mei s/d. Juni 2019

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

2 Juli 2019
Dekan,

Muhammad Kamal Zubair

Deskripsi Jawaban Responden

1. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Variabel Persepsi (X1)

Jawaban Responden Varibel Persepsi (X1)					
RESPONDEN	1	2	3	4	TOTAL
1	3	4	3	5	15
2	3	4	4	3	14
3	4	4	5	4	17
4	5	5	5	4	19
5	4	3	3	4	14
6	5	4	4	4	17
7	5	5	5	3	18
8	4	5	5	5	19
9	4	5	4	3	16
10	5	4	4	4	17
11	5	5	4	4	18
12	4	4	5	4	17
13	5	4	4	4	17
14	3	3	4	4	14
15	4	4	5	4	17
16	4	5	4	4	17
17	3	4	4	4	15
18	4	4	3	3	14
19	1	1	1	3	6
20	3	4	2	3	12
21	3	2	3	4	12
22	3	3	4	3	13
23	4	3	4	3	14
24	5	5	5	5	20
25	5	5	5	5	20
26	4	4	4	4	16
27	3	4	4	4	15
28	5	3	5	3	16
29	5	4	5	3	17
30	5	5	5	3	18
31	4	4	5	4	17

32	4	4	5	5	18
33	4	4	5	5	18
34	4	4	5	4	17
35	4	4	5	3	16
36	5	4	5	3	17
37	4	3	5	3	15
38	4	5	5	5	19
39	4	3	4	5	16
40	3	2	5	3	13
41	4	5	5	5	19
42	4	5	5	5	19
43	3	4	5	5	17
44	3	2	5	2	12
45	4	3	4	4	15
46	4	3	5	4	16
47	4	3	5	4	16
48	3	2	4	2	11
49	2	3	4	3	12
50	3	4	3	4	14
51	3	4	3	4	14
52	3	3	4	4	14
53	1	1	1	1	4
54	4	3	4	3	14
55	5	5	5	5	20

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2019

Dari tabel 4.3, maka dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel X1 mengenai variabel persepsi hasil perhitungannya dari 55 responden berdasarkan kuesioner atau angket yang diberikan yaitu sejumlah 857 untuk variabel X1 (Persepsi). Semua responden mampu memberikan jawaban sesuai dengan pendapat mereka masing-masing.

2. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Variabel Promosi (X2)

Jawaban Responden Variabel Promosi (X2)					
RESPONDEN	1	2	3	4	TOTAL
1	2	2	4	3	11
2	4	4	4	4	16
3	4	4	4	4	16
4	5	5	5	5	20
5	4	4	3	4	15
6	3	4	5	3	15
7	2	2	2	4	10
8	4	4	4	4	16
9	2	2	4	2	10
10	3	3	2	2	10
11	4	4	5	4	17
12	3	4	4	4	15
13	3	3	3	3	12
14	2	2	4	2	10
15	3	4	4	4	15
16	4	4	3	3	14
17	4	5	5	5	19
18	3	3	3	3	12
19	1	1	1	2	5
20	2	2	4	4	12
21	2	2	4	2	10
22	3	3	4	2	12
23	2	1	3	1	7
24	3	3	4	2	12
25	1	1	1	3	6
26	3	3	3	4	13
27	2	2	3	2	9
28	2	1	4	1	8
29	2	3	4	4	13
30	4	5	3	5	17
31	5	4	5	4	18
32	5	5	3	2	15

33	3	3	5	4	15
34	3	3	5	4	15
35	4	5	4	5	18
36	4	4	5	4	17
37	3	3	5	3	14
38	3	3	3	3	12
39	3	3	3	3	12
40	3	3	4	3	13
41	4	4	4	4	16
42	4	4	4	4	16
43	3	3	4	3	13
44	2	4	4	3	13
45	3	3	4	3	13
46	3	4	3	3	13
47	3	4	4	4	15
48	4	4	5	5	18
49	4	4	4	4	16
50	2	2	4	3	11
51	3	4	3	2	12
52	3	2	4	3	12
53	1	1	1	1	4
54	2	1	3	1	7
55	3	3	4	2	12

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2019

Dari tabel 4.4, maka dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel X2 mengenai variabel promosi hasil perhitungannya dari 55 responden berdasarkan kuesioner atau angket yang diberikan yaitu sejumlah 717 untuk variabel X2 (Promosi). Semua responden mampu memberikan jawaban sesuai dengan pendapat mereka masing-masing.

3. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Variabel Keputusan Memilih (Y)

Keputusan Memilih Program Studi Perbankan Syariah IAIN PAREPARE					
RESPONDEN	1	2	3	4	TOTAL
1	4	4	2	4	14
2	4	4	4	4	16
3	4	4	4	3	15
4	5	5	2	5	17
5	4	4	5	4	17
6	5	5	2	4	16
7	4	3	5	5	17
8	4	4	2	5	15
9	3	4	2	5	14
10	3	4	5	5	17
11	4	3	2	5	14
12	5	5	3	4	17
13	4	5	4	3	16
14	2	2	2	2	8
15	5	5	3	4	17
16	5	4	3	5	17
17	5	4	2	5	16
18	3	3	5	4	15
19	2	2	4	5	13
20	4	3	3	4	14
21	2	3	3	2	10
22	2	2	3	3	10
23	3	4	5	3	15
24	4	4	5	5	18
25	4	3	5	5	17
26	4	4	5	5	18
27	3	3	3	4	13
28	2	4	5	5	16
29	5	3	4	5	17
30	3	4	5	5	17
31	5	4	5	5	19
32	3	5	5	5	18

33	5	3	5	5	18
34	5	3	5	5	18
35	5	4	5	5	19
36	5	5	4	4	18
37	5	4	5	5	19
38	3	4	3	5	15
39	4	3	5	5	17
40	3	3	3	5	14
41	5	4	5	4	18
42	5	5	5	4	19
43	4	5	4	5	18
44	4	4	3	5	16
45	3	3	4	3	13
46	4	5	3	4	16
47	5	4	5	5	19
48	4	3	3	5	15
49	4	3	3	3	13
50	4	2	5	5	16
51	3	5	4	3	15
52	4	4	4	3	15
53	1	1	1	1	4
54	3	4	5	3	15
55	4	4	5	5	18

Dari tabel 4.5, maka dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel Y mengenai variabel keputusan memilih hasil perhitungannya dari 55 responden berdasarkan kuesioner atau angket yang diberikan yaitu sejumlah 861 untuk variabel Y (Keputusan Memilih). Semua responden mampu memberikan jawaban sesuai dengan pendapat mereka masing-masing.

TABEL HASIL UJI SPSS

Tabel 4.1

JENIS_KELAMIN

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Wanita	35	63,6	63,6	63,6
Laki-laki	20	36,4	36,4	100,0
Total	55	100,0	100,0	

Tabel 4.2

UMUR

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid umur 18	1	1,8	1,8	1,8
umur 19	16	29,1	29,1	30,9
umur 20	11	20,0	20,0	50,9
umur 21	15	27,3	27,3	78,2
umur 22	12	21,8	21,8	100,0
Total	55	100,0	100,0	

Tabel 4.3

Hasil Jawaban Persepsi

VARIABEL	ITEM PERNYATAAN	TOTAL SS %	TOTAL S %	TOTAL N %	TOTAL TS %	TOTAL STS %
PERSEPSI X1	PERNYATAAN 1	13	24	15	1	2
	PERNYATAAN 2	13	23	13	4	2
	PERNYATAAN 3	27	19	6	1	2
	PERNYATAAN 4	12	23	17	2	1

Tabel 4.4

Statistics

		PERSEPSI
N	Valid	55
	Missing	0
Mean		15,5818
Median		16,0000
Mode		17,00
Std. Deviation		3,06528
Variance		9,396
Minimum		4,00
Maximum		20,00
Sum		857,00

Tabel 4.5

Skor Klasifikasi

SKOR	KLASIFIKASI
80-100	Sangat Baik
66-79	Baik
56-65	Cukup
40-55	Buruk
<39	Sangat Buruk

Tabel 4.6

Hasil Jawaban Promosi

VARIABEL	ITEM PERNYATAAN	TOTAL SS %	TOTAL S %	TOTAL N %	TOTAL TS %	TOTAL STS %
PROMOSI X2	PERNYATAAN 1	3	14	22	13	3
	PERNYATAAN 2	5	19	16	9	6
	PERNYATAAN 3	10	26	14	2	3
	PERNYATAAN 4	5	19	16	11	4

Tabel 4.7

Statistics

		PROMOSI
N	Valid	55
	Missing	0
Mean		13,0364
Median		13,0000
Mode		12,00
Std. Deviation		3,51169
Variance		12,332
Minimum		4,00
Maximum		20,00
Sum		717,00

Tabel 4.8

Skor Klasifikasi

SKOR	KLASIFIKASI
80-100	Sangat Baik
66-79	Baik
56-65	Cukup
40-55	Buruk
<39	Sangat Buruk

Tabel 4.9

Hasil Keputusan Memilih

VARIABEL	ITEM PERNYATAAN	TOTAL SS %	TOTAL S %	TOTAL N %	TOTAL TS %
KEPUTUSAN MEMILIH	PERNYATAAN 1	16	21	12	5
	PERNYATAAN 2	11	24	15	4
	PERNYATAAN 3	23	10	13	8
	PERNYATAAN 4	30	13	9	2

Tabel 4.10

Hasil statistik dekriptif (Y)

Statistics		
KEPUTUSAN_MEMILIH		
N	Valid	55
	Missing	0
Mean		15,6545
Median		16,0000
Mode		17,00
Std. Deviation		2,82330
Variance		7,971
Minimum		4,00
Maximum		19,00
Sum		861,00

Tabel 4.11

Skor Klasifikasi

SKOR	KLASIFIKASI
90%-100%	Kategori Sangat Tinggi
80%-89%	Kategori Tinggi
70%-79%	Kategori Sedang

60%-69%	Kategori Rendah
50%-59%	Kategori Sangat Rendah

Tabel 4.12

Rekap Uji Validitas Variabel Persepsi (X₁)

INDIKATOR	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
PERSEPSI			
P1	0,837	0.2241	VALID
P2	0,858	0.2241	VALID
P3	0,785	0.2241	VALID
P4	0,701	0.2241	VALID

Tabel 4.13

Rekap Uji Validitas Variabel Promosi (X₂)

INDIKATOR	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
Promosi			
P1	0,884	0.2241	VALID
P2	0,910	0.2241	VALID
P3	0,712	0.2241	VALID
P4	0,825	0.2241	VALID

Tabel 4.14

Rekap Uji Validitas Variabel Keputusan Memilih (Y)

INDIKATOR	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
Keputusan Memilih			
P1	0,763	0.2241	VALID
P2	0,639	0.2241	VALID
P3	0,632	0.2241	VALID
P4	0,718	0.2241	VALID

Tabel 4.15

Reabilitas Variabel X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,808	4

Tabel 4.16

Reabilitas Variabel X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,853	4

Tabel 4.17
Reabilitas Variabel Y
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,620	4

Tabel 4.18
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		55
	Mean	,0000000
Normal Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1,94489306
Most Extreme Differences	Absolute	,163
	Positive	,077
	Negative	-,163
	Kolmogorov-Smirnov Z	1,208
	Asymp. Sig. (2-tailed)	,108

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tabel 4.19
Hasil Pengujian Korelasi Ganda R
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,725 ^a	,525	,507	1,98194	2,126

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, PERSEPSI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN _MEMILIH

Tabel 4.20

Pearson Product Moment

Correlations

		PERSEPSI	PROMOSI	KEPUTUSAN _MEMILIH
PERSEPSI	Pearson Correlation	1	,419**	,687**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000
	N	55	55	55
PROMOSI	Pearson Correlation	,419**	1	,498**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000
	N	55	55	55
KEPUTUSAN _MEMILIH	Pearson Correlation	,687**	,498**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	55	55	55

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

Tabel 4.21
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	4,658	1,474		

PERSEPSI (X1)	,534	,097	,580	5,513	,000
PROMOSI (X2)	,205	,085	,255	2,421	,019

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN (Y)

Tabel 4.22

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	226,175	2	113,088	28,789	,000 ^b
	Residual	204,261	52	3,928		
	Total	430,436	54			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN (Y)

b. Predictors: (Constant), PROMOSI (X2), PERSEPSI (X1)

Tabel 4.23

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	7,6151	18,9073	15,6545	2,04657	55
Residual	-6,18739	4,11140	,00000	1,94489	55
Std. Predicted Value	-3,928	1,589	,000	1,000	55
Std. Residual	-3,122	2,074	,000	,981	55

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN (Y)

Tabel 4.24
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,658	1,474		3,161	,003
	PERSEPSI	,534	,097	,580	5,513	,000
	PROMOSI	,205	,085	,255	2,421	,019

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN _MEMILIH

Tabel 4.25
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,658	1,474		3,161	,003
	PERSEPSI (X1)	,534	,097	,580	5,513	,000
	PROMOSI (X2)	,205	,085	,255	2,421	,019

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN (Y)



Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823

KUESIONER PENELITIAN
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN PAREPARE

Kepada Yth.

Saudara/Saudari Responden

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Program Studi Perbankan Syariah IAIN Parepare (Studi Alumni SMK)”, maka saya memohon kesediaan Saudara/Saudari untuk menjawab pertanyaan yang telah disediakan. Semua informasi yang diterima akan dijaga kerahasiaannya. Informasi yang Saudara/Saudari sampaikan akan menjadi bahan masukan bagi peningkatan minat mahasiswa memilih program studi Perbankan Syariah.

Atas kesediaan Saudara/Saudari, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

HANIKA

PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda (√) seberapa besar tingkat persetujuan Anda terhadap pertanyaan-pertanyaan berikut.

Jawaban yang tersedia berupa skala Likert yaitu:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

PROFIL RESPONDEN

1. Nama :
2. Alamat :
3. No. Telp :
4. Usia :
5. Asal SMK :
6. Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita
7. Tahun berapa Saudara/Saudari mulai tercatat sebagai mahasiswa program studi Perbankan Syariah IAIN Parepare?
 - a. 2015
 - b. 2016
 - c. 2017
 - d. 2018
 - e. 2019

PERTANYAAN PENELITIAN

A. Variabel Persepsi (X1)

No	Item Pertanyaan	Pendapat Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1	Program Studi Perbankan Syariah sesuai dengan keinginan dan bakat saya					
2	Saya memahami bahwa Program Studi Perbankan Syariah menjanjikan lapangan kerja yang bagus					
3	Program Studi Perbankan Syariah adalah program studi yang terfavorit					
4	Program Studi Perbankan Syariah adalah program studi yang sudah terakreditasi					

B. Variabel Promosi (X2)

No	Item Pertanyaan	Pendapat Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih program studi Perbankan Syariah karena tertarik dengan sosialisasi yang dilakukan di sekolah sebelumnya					
2	Saya memilih program studi Perbankan Syariah karena tertarik dengan iklan yang saya lihat dan dengarkan					
3	Saya memilih program studi Perbankan Syariah karena melihat brosur IAIN Parepare					
4	Saya memilih program studi Perbankan Syariah karen melihat sosial media dan vidio profil					

C. Variabel Keputusan Memilih (Y)

No	Item Pertanyaan	Pendapat Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih program studi Perbankan Syariah karena memiliki banyak peminat setiap tahunnya					
2	Saya memilih IAIN Parepare karena infrastruktur dan sarana/prasarana yang lengkap.					

3	Saya memilih program studi Perbankan Syariah karena keinginan saya sendiri dan direstui oleh orang tua					
4	Saya memilih IAIN Parepare karena biaya UKT di IAIN Parepare mudah dijangkau semua kalangan					



Dokumentasi Penelitian



Wawancara dengan responden

Wawancara dengan responden



Mengolah Data dengan SPSS

Dokumentasi Penelitian



PROFIL RESPONDEN

1. Nama : zakia
 2. Alamat : Jl. seroja Pinrang
 3. No. Telp : 082188191664
 4. Usia : 21 thn
 5. Asal SMK : Smkn 2 Pinrang
 6. Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita
 7. Tahun berapa Saudara/Saudari mulai tercatat sebagai mahasiswa program studi Perbankan Syariah IAIN Parepare?
 a. 2015 c. 2017
 b. 2016 d. 2018

PERTANYAAN PENELITIAN

A. Variabel Persepsi (X1)

No	Item Pertanyaan	Pendapat Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1	Program Studi Perbankan Syariah sesuai dengan keinginan dan bakat saya					
2	Saya memahami bahwa Program Studi Perbankan Syariah menjanjikan lapangan kerja yang bagus					
3	Program Studi Perbankan Syariah adalah program studi yang terfavorit					
4	Program Studi Perbankan Syariah adalah program studi yang sudah terakreditasi					

PROFIL RESPONDEN

1. Nama :
 2. Alamat :
 3. No. Telp :
 4. Usia :
 5. Asal SMK :
 6. Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita
 7. Tahun berapa Saudara/Saudari mulai tercatat sebagai mahasiswa program studi Perbankan Syariah IAIN Parepare?
 a. 2015 c. 2017
 b. 2016 d. 2018

PERTANYAAN PENELITIAN

A. Variabel Persepsi (X1)

No	Item Pertanyaan	Pendapat Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1	Program Studi Perbankan Syariah sesuai dengan keinginan dan bakat saya					
2	Saya memahami bahwa Program Studi Perbankan Syariah menjanjikan lapangan kerja yang bagus					
3	Program Studi Perbankan Syariah adalah program studi yang terfavorit					
4	Program Studi Perbankan Syariah adalah program studi yang sudah terakreditasi					

B. Variabel Promosi (X2)

No	Item Pertanyaan	Pendapat Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih program studi Perbankan Syariah karena tertarik dengan sosialisasi yang dilakukan di sekolah sebelumnya					
2	Saya memilih program studi Perbankan Syariah karena tertarik dengan iklan yang saya lihat dan dengarkan					
3	Saya memilih program studi Perbankan Syariah karena melihat brosur IAIN Parepare					
4	Saya memilih program studi Perbankan Syariah karena melihat sosial media dan video profil					

C. Variabel Keputusan Memilih (Y)

No	Item Pertanyaan	Pendapat Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih program studi Perbankan Syariah karena memiliki banyak peminat setiap tahunnya					
2	Saya memilih IAIN Parepare karena infrastruktur dan sarana/prasarana yang lengkap.					
3	Saya memilih program studi Perbankan Syariah karena mengikuti keinginan orang tua					
4	Saya memilih IAIN Parepare karena biaya UKT di IAIN Parepare mudah dijangkau semua kalangan					

RIWAYAT HIDUP



Hanika lahir pada tanggal 06 Nopember 1996, Siwa, Kabupaten Wajo. Anak ke-3 dari 6 bersaudara. Anak dari Sultan (ayah) dan Suriani (ibu). Pernah bersekolah di SD Negeri 2 Parepare dan lulus tahun 2009. SMP Negeri 2 Parepare dan lulus tahun 2012. Kemudian melanjutkan sekolah di SMA Negeri 1 Parepare dan lulus tahun 2015.

Kemudian pada tahun yang sama 2014, melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dan mengambil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) program studi Perbankan Syariah dan menyusun skripsi dengan judul *“Pengaruh Persepsi dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Program Studi Perbankan Syariah IAIN Parepare (Studi Alumni SMK)”*.

Penulis melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Bank Syariah Bukopin cabang Makassar, dan melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat di Kelurahan Wette'e, Kecamatan Panca Lautang, Kabupaten Sidrap.

Selama kuliah pernah bergabung di organisasi Internal kampus Lintasan Imajinasi Bahasa Mahasiswa (LIBAM), Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Syariah, dan wakil bendahara Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA).