

BAB I

PENDAHULUAN

Sebelum melaksanakan penelitian, perlu ditentukan dasar pelaksanaan penelitian. Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang mengapa permasalahan ini diangkat, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, asumsi, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

1.1 Latar Belakang

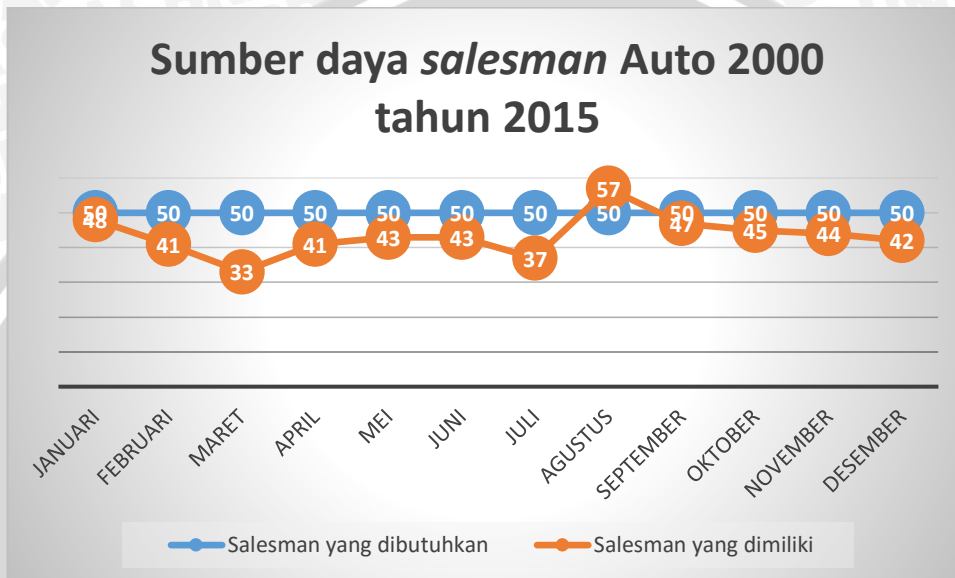
Setiap perusahaan membutuhkan penjualan dari produk atau jasanya untuk memperoleh pendapatan. Jika tidak bisa memperoleh pendapatan yang sesuai, maka cepat atau lambat perusahaan tersebut akan kolaps dan bisa berakibat pada kebangkrutan. Untuk bisa memperoleh pendapatan diperlukan peran sebuah posisi, yaitu *salesman*. *Salesman* bertanggungjawab terhadap penjualan yang dilakukan agar bisa mencapai target yang ditetapkan oleh perusahaan.

Saat ini, minat untuk menjadi *salesman* bagi *freshgraduate* masih dianggap rendah. Data yang dikeluarkan oleh Jobstreet.com (2013), menunjukkan bahwa total lowongan yang paling besar adalah untuk *sales*, yaitu sebesar 19%. Namun ternyata peminat untuk profesi ini masih minim, sehingga perusahaan sulit untuk mencari karyawan bagian penjualan. Berdasarkan hasil survei yang dikeluarkan oleh majalah *Human Capital* (2009) mengenai hasil survei tentang profesi *sales* di mata *fresh graduate* menunjukkan 80% dari responden tidak berminat menjadi *sales*. Alasan yang dikemukakan bermacam-macam, antara lain *sales* adalah pekerjaan rendah, perlu kerja keras dan banyak target.

Hambatan yang terjadi sebagai *sales* karena tidak mengetahui etika sebagai *salesman* dengan baik. Dalam *salesman*, etika komunikasi merupakan salah satu persyaratan keberhasilan dalam melakukan penjualan. Oleh karena itu untuk mendapatkan *salesman* yang produktif dalam berjualan harus memiliki kemampuan komunikasi pada saat menawarkan atau menjual produk kepada pembeli maupun pelanggan.

Salah satu perusahaan yang membutuhkan peran *sales* adalah PT Astra International Toyota Sales Operation atau Auto 2000. Auto 2000 adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang *Vehicle, Service, Parts* (VSP) kendaraan Toyota. Dengan pendapatan terbesar dari

penjualan kendaraan, maka peran *salesman* merupakan peran yang sangat krusial bagi perusahaan. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Auto 2000, untuk mendapatkan satu orang *salesman* dibutuhkan delapan orang pelamar. Berdasarkan informasi dari Auto 2000, hanya satu orang dari empat sampai lima orang *salesman* yang bisa menjual kendaraan sesuai target. Hal ini mengakibatkan *employee cost* yang dikeluarkan oleh Auto 2000 menjadi besar karena *salesman* yang tidak produktif namun Auto 2000 harus tetap mengeluarkan gaji dan tunjangan perusahaan.



Gambar 1.1 Sumber daya *salesman* Auto 2000
Sumber: Dokumen Internal Auto 2000 (2016)

Pada Gambar 1.1 dapat dilihat jumlah sumber daya *salesman* yang dibutuhkan oleh Auto 2000 dengan perbandingan *salesman* yang dimiliki. Dapat diketahui bahwa tingkat *turnover salesman* terjadi hampir di setiap bulan. Sementara itu pemenuhan untuk jumlah *salesman* hanya tercapai di bulan Agustus karena di bulan tersebut dilakukan perekrutan dengan program baru.

Pemenuhan sumber daya *salesman* sulit untuk dicapai karena masih rendahnya intensi dari pelamar terhadap profesi *salesman*, khususnya pada mahasiswa tingkat akhir yang merupakan salah satu target Auto 2000. Untuk itu dibutuhkan program intervensi untuk mempengaruhi faktor intensi agar nantinya profesi *salesman* dapat lebih diminati. Salah satu metode yang bisa digunakan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi intensi adalah dengan menggunakan *The Theory of Planned Behavior* (TPB).

The Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan salah satu model psikologi sosial yang digunakan untuk meramalkan perilaku. Perilaku manusia dipengaruhi oleh tiga hal, yaitu *behavioral beliefs* (keyakinan perilaku), *normative beliefs* (keyakinan normatif), dan

control beliefs (keyakinan kontrol). *Behavioral beliefs* merupakan evaluasi dari hasil yang mungkin terjadi pada perilaku yang akan dilakukan. *Normative beliefs* merupakan keyakinan dari orang sekitar untuk mendukung perilaku yang akan dilakukan. *Control beliefs* merupakan keyakinan mengenai adanya faktor yang mendukung atau menghalangi untuk melakukan perilaku yang akan dilakukan (Ajzen, 1991:181).

Tindakan manusia dipengaruhi oleh tiga hal, yaitu keyakinan mengenai kemungkinan hasil yang mungkin terjadi dan evaluasi dari kejadian sebelumnya terhadap perilaku yang akan dilakukan (*behavioral beliefs*), keyakinan tentang norma yang diharapkan dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut (*normative beliefs*), dan keyakinan tentang adanya faktor yang dapat mendukung atau menghalangi perilaku dan kesadaran akan kekuatan faktor tersebut dalam mendukung untuk melakukan perilaku (*control beliefs*) (Ajzen, 1991:181).

Penggunaan *The Theory of Planned Behavior* (TPB) belum cukup untuk dapat mengetahui hubungan antar faktor *behavioral beliefs*, *normative beliefs* dan *control beliefs* yang mempengaruhi intensi. Metode tambahan yang digunakan adalah *path analysis*, dimana dengan menggunakan *path analysis* dapat diketahui faktor yang mempengaruhi intensi terbesar. Selanjutnya akan dilakukan analisis terhadap penyebab minimnya intensi mahasiswa terhadap profesi *salesman* dengan menggunakan *fishbone diagram*.

Dengan mengetahui faktor yang berpengaruh paling besar terhadap intensi untuk menjadi seorang *salesman*, maka selanjutnya akan dilakukan pemilihan program intervensi. Intervensi yang dimaksud adalah kegiatan yang akan mempengaruhi intensi dari mahasiswa dalam menjadi seorang *salesman*. Untuk dapat menentukan program intervensi yang akan dilakukan, akan digunakan *pugh matrix*. Setelah program intervensi diaplikasikan, selanjutnya akan dilakukan pengukuran ulang terhadap intensi mahasiswa untuk mengetahui pengaruh program intervensi.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Intensi dari mahasiswa dalam memilih profesi *salesman* berada dalam kategori rendah.
2. Perusahaan tidak bisa memenuhi jumlah kebutuhan sumber daya manusia untuk profesi *salesman*.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana intensi dari mahasiswa saat ini mengenai profesi sebagai *sales* dalam program kemitraan Auto 2000?
2. Faktor apa yang paling berpengaruh terhadap intensi mahasiswa?
3. Bagaimana program intervensi yang sesuai untuk dilakukan?
4. Bagaimana dampak dari program intervensi yang dilakukan terhadap intensi dari mahasiswa mengenai profesi *sales* dalam program kemitraan Auto 2000?

1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui intensi mahasiswa saat ini mengenai profesi *salesman* pada program kemitraan Auto 2000.
2. Menganalisis faktor yang paling berpengaruh dalam intensi mahasiswa.
3. Merancang dan mengimplementasi program intervensi terpilih yang sesuai dengan faktor yang paling berpengaruh terhadap intensi mahasiswa.
4. Mengetahui pengaruh perbedaan yang dihasilkan dari intensi mahasiswa sebelum dan sesudah program intervensi dilakukan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah mengetahui faktor yang berpengaruh dari mahasiswa untuk meningkatkan minat terhadap profesi *sales*, sehingga nantinya perusahaan bisa meningkatkan minat dengan mempengaruhi faktor tersebut.

1.6 Batasan

Batasan dari penelitian ini adalah:

1. Wilayah studi adalah tiga Universitas di Kota Malang, yaitu Universitas Brawijaya (UB), Universitas Negeri Malang (UM), dan Universitas Muhammadiyah Malang (UMM).
2. Sasaran studi adalah mahasiswa jenjang S1 yang sudah menempuh minimal enam semester.
3. Sasaran kelompok responden adalah usia produktif yaitu 19 s/d 23 tahun.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam penelitian yang dilaksanakan, diperlukan dasar-dasar argumentasi ilmiah yang berhubungan dengan konsep-konsep yang dipermasalahkan dalam penelitian dan akan dipakai dalam analisis. Dalam bab ini akan dijelaskan beberapa dasar-dasar argumentasi atau teori yang digunakan dalam penelitian.

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memaparkan beberapa konsep relevan yang berhubungan dengan penelitian ini. Berikut ini merupakan penelitian terdahulu dan perbandingan dengan penelitian yang dilakukan.

1. Defri (2012) dengan penelitian pilihan menggunakan sepeda motor untuk perjalanan kuliah, melakukan penelitian pada mahasiswa di wilayah Depok dalam memilih sepeda motor sebagai alat sepeda motor dalam perjalanan kuliah. Hasil dari penelitian ini, sikap berpengaruh secara signifikan terhadap intensi mahasiswa yang menggunakan sepeda motor untuk perjalanan kuliah. Norma subyektif dan kontrol perilaku yang dapat diterima tidak berperan signifikan terhadap intensi mahasiswa yang menggunakan sepeda motor untuk perjalanan kuliah.
2. Saraswati dan Kiswara (2013) dengan penelitian penerapan *theory of consumer acceptance* pada E-SPT, melakukan penelitian pada wajib pajak yang berada di Jakarta untuk melihat ketertarikan dalam penggunaan E-SPT. Hasil dari penelitian ini, untuk meningkatkan penggunaan E-SPT persepsi kegunaan, kemudahan, sikap dan kesenangan dari penggunaan E-SPT harus ditingkatkan sehingga minat dalam menggunakan E-SPT oleh wajib pajak akan meningkat.
3. Kinanti dan Baridwan (2013) dengan penelitian pada sistem informasi *e-ticketing*, melakukan penelitian di Bandara Juanda Surabaya untuk melihat perilaku yang disebabkan oleh intensi dari pengguna *e-ticketing*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, kontrol perilaku yang dapat diterima memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem *e-ticketing*. Norma subyektif dan kepercayaan tidak berpengaruh pada minat penggunaan sistem *e-ticketing*.

4. Dalam penelitian ini, peneliti ingin meneliti intensi mahasiswa dalam memilih *salesman* sebagai pilihan profesinya. Selain dilakukan pengukuran intensi, peneliti juga nantinya akan membuat program intervensi untuk melihat pengaruh dari program intervensi terhadap peningkatan intensi yang akan terjadi.

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Dilakukan

Keterangan	Defri (2012)	Saraswati & Kiswara (2013)	Kinanti & Baridwan (2013)	Penelitian yang dilakukan
Topik Penelitian	Persepsi mahasiswa dalam menggunakan sepeda motor untuk perjalanan kuliah	Analisis penerapan E-SPT	Analisis penerapan E-Ticketing	Pengaruh intensi mahasiswa terhadap memilih <i>salesman</i> sebagai pilihan karir
Objek Penelitian	Mahasiswa Pengguna Sepeda Motor	Pengguna E-SPT	Pengguna E-Ticketing	Mahasiswa semester 6 ke atas
Metode	<i>Theory of Planned Behaviour</i>	<i>Theory of Consumer Acceptance Technology</i>	<i>Extended Theory of Planned Behaviour</i>	<i>Theory of Planned Behaviour</i> dan Program Intervensi

Dalam Tabel 2.1 dapat dilihat bahwa metode *theory of planned behaviour* dalam penelitian sebelumnya digunakan untuk melakukan analisis pengguna sepeda motor dan pengguna E-Ticketing. Dalam penelitian ini selain menggunakan *theory of planned behavior* juga dilakukan implementasi program intervensi sehingga dapat diketahui perbedaan yang terjadi antara sampel sebelum dan sesudah program intervensi.

2.2 Salesperson

Salesperson merupakan tenaga penjual yang dimiliki oleh perusahaan perusahaan yang bertugas melakukan presentasi personal dengan tujuan membuat penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2010:390). Dalam Gambar 2.1 menunjukkan aliran proses yang dilakukan oleh *salesperson* dalam melakukan penjualan kepada pelanggan. Berikut merupakan penjelasan pada masing-masing langkah yang digunakan *salesperson* dalam melakukan penjualan.

1. *Prospecting*

Dalam tahap proses penjualan ini, *salesperson* atau perusahaan mengidentifikasi kriteria pelanggan yang potensial.

2. *Preapproach*

Dalam tahap ini, *salesperson* mempelajari sebanyak mungkin mengenai pelanggan yang akan didatangi sebelum melakukan penjualan.

3. *Approach*

Dalam tahap ini, *salesperson* bertemu dengan pelanggan untuk pertama kalinya.

4. *Presentation and Demonstration*

Presentasi adalah tahap penjualan dimana *salesperson* menceritakan mengenai *value* yang ditawarkan kepada pembeli dan menunjukkan bagaimana perusahaan menyediakan solusi untuk permasalahan pelanggan.

5. *Handling Objections*

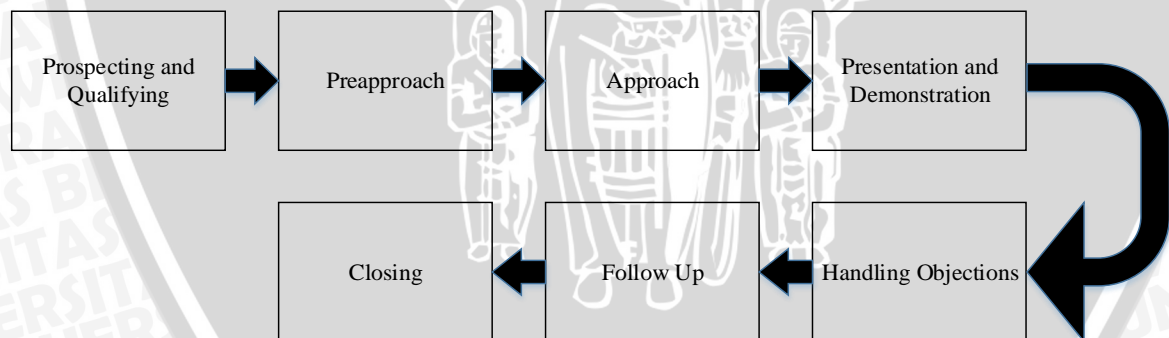
Dalam tahap ini, *salesperson* berusaha untuk menjelaskan, meyakinkan dan memberikan jawaban atas keberatan dari pelanggan untuk membeli

6. *Closing*

Tahap ini, *salesperson* menanyakan mengenai kesediaan dari pelanggan untuk memesan produk yang ditawarkannya.

7. *Follow up*

Dalam tahap ini, *salesperson* melakukan *follow up* untuk memastikan bahwa pelanggan puas dan dapat melakukan pembelian yang selanjutnya.

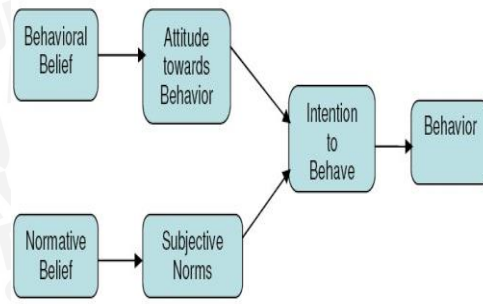


Gambar 2.1 Langkah dalam penjualan personal
Sumber: Kotler dan Armstrong (2010:390)

2.3 *Theory of Planned Behavior (TPB)*

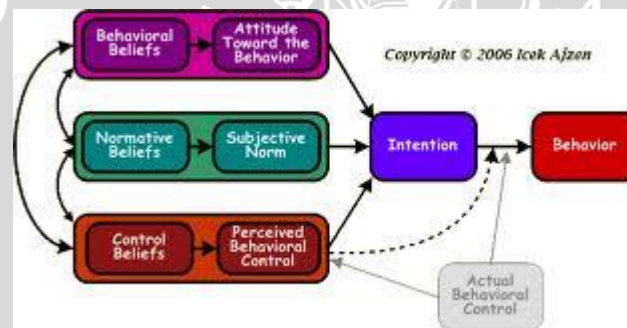
Theory of planned behavior (TPB) merupakan teori yang dikembangkan oleh Ajzen yang merupakan penyempurnaan dari *Theory Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen. Fokus utama dari TPB untuk melihat intensi individu untuk melakukan perilaku tertentu. Intensi dianggap dapat melihat faktor-faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku. Intensi merupakan indikasi seberapa keras orang mau berusaha

untuk mencoba dan berapa besar usaha yang akan dikeluarkan individu untuk melakukan suatu perilaku.



Gambar 2.2 Model *Theory Reasoned Action* (TRA)
Sumber: Fishbein dan Ajzen (1975:16)

Pada Gambar 2.2 menunjukkan bahwa terdapat dua faktor penentu intensi dalam TRA, yaitu sikap pribadi dan norma subjektif (Fishbein & Ajzen, 1975:16). Sedangkan dalam gambar 2.3 menunjukkan dalam TPB, terdapat satu faktor tambahan yang menentukan intensi yaitu kontrol perilaku yang diterima (Ajzen, 2005:118).



Gambar 2.3 Model *theory of planned behavior*
Sumber: Ajzen (2005:126)

Sikap merupakan evaluasi positif atau negatif individu terhadap perilaku tertentu. Sedangkan norma subjektif adalah persepsi seseorang terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu. Kontrol perilaku yang diterima merupakan persepsi individu terhadap kontrol yang dimilikinya sehubungan dengan perilaku tertentu. Faktor ini mengacu pada persepsi individu mengenai mudah atau sulitnya memunculkan tingkah laku tertentu dan diasumsikan merupakan refleksi dari pengalaman masa lalu dan juga hambatan yang diantisipasi. Menurut Ajzen (2005:118) ketiga faktor ini yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang diterima dapat memprediksi intensi individu dalam melakukan perilaku tertentu.

2.3.1 Intensi

Intensi menurut Fishbein dan Ajzen (1975:289), merupakan komponen dalam diri individu yang mengacu pada keinginan untuk melakukan tingkah laku tertentu. Intensi didefinisikan sebagai dimensi probabilitas subjektif individu dalam kaitan antara diri dan perilaku. Bandura (1986:2), menyatakan bahwa intensi merupakan suatu kebulatan tekad untuk melakukan aktivitas tertentu atau menghasilkan suatu keadaan tertentu di masa depan. Intensi menurutnya adalah bagian vital dari *self regulation* individu yang dilatarbelakangi oleh motivasi seseorang untuk bertindak. Merangkum pendapat di atas, Santoso (1995) beranggapan bahwa intensi adalah hal-hal yang diasumsikan dapat menjelaskan faktor-faktor motivasi serta berdampak kuat pada tingkah laku. Hal ini mengindikasikan seberapa keras seseorang berusaha dan seberapa banyak usaha yang dilakukan agar perilaku yang diinginkan dapat dilakukan.

Menurut *Theory of Planned Behavior*, seseorang dapat bertindak berdasarkan intensi atau niatnya hanya jika memiliki kontrol terhadap perilakunya (Ajzen, 2005:118). Teori ini tidak hanya menekankan pada rasionalitas dari tingkah laku manusia, tetapi juga pada *belief* bahwa target tingkah laku berada di bawah kontrol kesadaran individu tersebut. Suatu tingkah laku tidak hanya bergantung pada intensi seseorang, melainkan juga pada faktor lain yang tidak ada dibawah kontrol dari individu, misalnya ketersediaan sumber dan kesempatan untuk menampilkan tingkah laku tersebut (Ajzen, 2005:118).

Intensi merupakan sebuah istilah yang terkait dengan tindakan dan merupakan unsur yang penting dalam sejumlah tindakan, yang menunjukkan pada keadaan pikiran seseorang yang diarahkan untuk melakukan sesuatu tindakan, yang senyatanya dapat atau tidak dapat dilakukan dan diarahkan entah pada tindakan sekarang atau pada tindakan yang akan datang. Intensi memainkan peranan yang khas dalam mengarahkan tindakan, yakni menghubungkan antara pertimbangan yang mendalam yang diyakini dan diinginkan oleh seseorang dengan tindakan tertentu. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa intensi adalah kesungguhan niat seseorang untuk melakukan perbuatan atau memunculkan suatu perilaku tertentu.

Berikut ini merupakan contoh pertanyaan yang digunakan untuk mengidentifikasi intensi dalam penelitian mengenai *Mobile Learning* di pendidikan tinggi (Cheon dkk, 2012:1062).

1. Saya memperkirakan bahwa saya akan menggunakan *mobile device* untuk pembelajaran saya.

2. Saya berencana akan menggunakan *mobile device* jika pelajaran saya terdapat dalam *mobile device*.
3. Saya berniat untuk mengadopsi penggunaan *mobile device* untuk materi kuliah saya.

2.3.2 Sikap

Ajzen (2005:123) mengatakan sikap merupakan suatu disposisi untuk merespon secara positif atau negatif suatu perilaku. Sikap terhadap perilaku ditentukan oleh belief tentang konsekuensi dari sebuah perilaku, yang disebut sebagai *behavioral beliefs* (Ajzen, 2005:123). Menurut Ajzen (2005:123) setiap *behavioral beliefs* menghubungkan perilaku dengan hasil yang bisa didapat dari perilaku tersebut. Sikap terhadap perilaku ditentukan oleh evaluasi individu mengenai hasil yang berhubungan dengan perilaku dan dengan kekuatan hubungan dari kedua hal tersebut (Ajzen, 2005:124).

Secara umum, semakin individu memiliki evaluasi bahwa suatu perilaku akan menghasilkan konsekuensi positif maka individu akan cenderung bersikap *favorable* terhadap perilaku tersebut; sebaliknya, semakin individu memiliki evaluasi negatif maka individu akan cenderung bersikap *unfavorable* terhadap perilaku tersebut (Ajzen, 2005:124).

2.3.3 Norma Subjektif

Ajzen (2005:124) mengatakan norma subjektif merupakan fungsi yang didasarkan oleh belief yang disebut normatif *belief*, yaitu *belief* mengenai kesetujuan dan atau ketidaksetujuan yang berasal dari referent atau orang dan kelompok yang berpengaruh bagi individu (*significant others*) seperti orang tua, pasangan, teman dekat, rekan kerja atau lainnya terhadap suatu perilaku.

Norma subjektif didefinisikan sebagai persepsi individu tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Ajzen, 2005:125). Norma subjektif ditentukan oleh kombinasi antara normatif *belief* individu dan *motivation to comply*.

Biasanya semakin individu mempersepsikan bahwa *social referent* yang mereka miliki mendukung mereka untuk melakukan suatu perilaku maka individu tersebut akan cenderung merasakan tekanan sosial untuk memunculkan perilaku tersebut. Sebaliknya semakin individu mempersepsikan bahwa *social referent* yang mereka miliki tidak menyetujui suatu perilaku maka individu cenderung merasakan tekanan sosial untuk tidak melakukan perilaku tersebut.

2.3.4 Kontrol Perilaku yang Diterima

Ajzen (2005:125) menjelaskan kontrol perilaku yang diterima sebagai fungsi yang didasarkan oleh *belief* yang disebut sebagai *control beliefs*, yaitu *belief* individu mengenai ada atau tidak adanya faktor yang mendukung atau menghalangi individu untuk memunculkan sebuah perilaku. *Belief* ini didasarkan pada pengalaman terdahulu individu tentang suatu perilaku, informasi yang dimiliki individu tentang suatu perilaku yang diperoleh dengan melakukan observasi pada pengetahuan yang dimiliki diri maupun orang lain yang dikenal individu, dan juga oleh berbagai faktor lain yang dapat meningkatkan ataupun menurunkan perasaan individu mengenai tingkat kesulitan dalam melakukan suatu perilaku.

Semakin individu merasakan banyak faktor pendukung dan sedikit faktor penghambat untuk dapat melakukan suatu perilaku, maka lebih besar kontrol yang mereka rasakan atas perilaku tersebut dan begitu juga sebaliknya, semakin sedikit individu merasakan faktor pendukung dan banyak faktor penghambat untuk dapat melakukan suatu perilaku, maka individu akan cenderung mempersepsikan diri sulit untuk melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 2005:125).

2.4 Pengukuran dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Dalam menggunakan TPB, masing-masing faktor memiliki cara perhitungannya sendiri. Berikut ini merupakan cara yang digunakan pada masing-masing faktornya.

2.4.1 Pengukuran Sikap

Menurut Ajzen (2005:123) sikap terhadap perilaku didefinisikan sebagai derajat penilaian positif atau negatif individu terhadap perilaku tertentu. Sikap terhadap perilaku ditentukan oleh kombinasi antara *behavioral belief* dan *outcome evaluation*. *Behavioral belief* adalah *belief* individu mengenai konsekuensi positif atau negatif dari perilaku tertentu dan *outcome evaluation* merupakan evaluasi individu terhadap konsekuensi yang akan ia dapatkan dari sebuah perilaku. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$AB = \sum b_i e_i \quad (2-1)$$

Sumber: Ajzen (2005:124)

Dengan :

AB : Total nilai *Attitude Towards The Behaviour* untuk setiap responden

b_i : Skor *Behaviour Beliefs* untuk setiap pertanyaan

e_i : Skor *Outcome Evaluation* untuk setiap pertanyaan

Berdasarkan Rumus 2-1 di atas sikap terhadap perilaku (AB) didapat dari penjumlahan hasil kali antara belief terhadap *outcome* yang dihasilkan (bi) dengan evaluasi terhadap *outcome* (ei). Dapat disimpulkan bahwa individu yang percaya bahwa sebuah perilaku dapat menghasilkan *outcome* yang positif maka individu tersebut akan memiliki sikap yang positif terhadap sebuah perilaku, begitu juga sebaliknya.

Berikut ini merupakan contoh pertanyaan yang digunakan untuk mengidentifikasi intensi dalam penelitian mengenai *Mobile Learning* di pendidikan tinggi (Cheon dkk, 2012:1062).

1. Saya akan menyukai pelajaran saya jika menggunakan *m-learning*.
2. Menggunakan *m-learning* akan menjadi pengalaman yang nyaman.
3. Menggunakan *m-learning* adalah ide yang bijaksana.

2.4.2 Pengukuran Norma Subjektif

Ajzen (2005:124) mendefinisikan norma subjektif sebagai persepsi individu tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Norma subjektif ditentukan oleh normatif *belief* dan *motivation to comply*. Normatif *belief* adalah *belief* mengenai kesetujuan atau ketidaksetujuan yang berasal dari *referent*. *Motivation to comply* adalah motivasi individu untuk mematuhi harapan dari *referent*. Berikut adalah rumus hubungan normatif *belief* dan *motivation to comply*:

$$SN = \sum ni mi \quad (2-2)$$

Sumber: Ajzen (2005:124)

Dengan :

SN : Total nilai *Subjective Norm* untuk setiap responden

ni : Skor *Normative Beliefs* untuk setiap pertanyaan

mi : Skor *Motivation to Comply* untuk setiap pertanyaan

Berdasarkan Rumus 2-2 di atas norma subjektif (SN) didapat dari penjumlahan hasil kali dari normatif *belief* (ni) dengan *motivation to comply* (mi). Individu yang percaya bahwa *referent* akan mendukung ia untuk melakukan sebuah perilaku akan merasakan tekanan sosial untuk melakukan perilaku tersebut, dan begitu juga sebaliknya.

Berikut ini merupakan contoh pertanyaan yang digunakan untuk mengidentifikasi norma subjektif dalam penelitian mengenai *Mobile Learning* di pendidikan tinggi (Cheon dkk, 2012:162).

1. Banyak orang yang penting bagi saya berpikir akan baik jika menggunakan *mobile device* untuk pelajaran di kuliah.

2. Saya berpikir pelajar lain dalam kelas saya akan menggunakan *mobile device* untuk pembelajaran.
3. Banyak orang yang penting bagi saya menggunakan *mobile device* akan mempermudah untuk perkuliahan.

2.4.3 Pengukuran Kontrol Perilaku yang Diterima

Kontrol perilaku yang diterima adalah persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan untuk melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 2005:125). Kontrol perilaku yang diterima ditentukan oleh kombinasi antara *control belief* dan *perceived power control*. *Control belief* merupakan *belief* individu mengenai faktor pendukung atau penghambat untuk memunculkan sebuah perilaku. *Perceived power control* adalah kekuatan perasaan individu akan setiap faktor pendukung atau penghambat tersebut. Hubungan antara *control belief* dan *perceived power control* dapat dilihat pada rumus berikut:

$$PBC = \sum c_i p_i \quad (2-3)$$

Sumber: Ajzen (2005:124)

Dengan :

PBC : Total nilai kontrol perilaku yang diterima untuk setiap responden

c_i : Skor *Control Belief* untuk setiap pertanyaan

p_i : Skor *Power of Control Factor* untuk setiap pertanyaan

Berdasarkan Rumus 2-3 kontrol perilaku yang diterima didapat dari penjumlahan hasil kali *control belief* (c_i) dengan *perceived power control* (p_i). Semakin besar persepsi mengenai kesempatan dan sumber daya yang dimiliki individu maka semakin besar PBC yang dimiliki orang tersebut.

Berikut ini merupakan contoh pertanyaan yang digunakan untuk mengidentifikasi kontrol perilaku yang diterima dalam penelitian mengenai *Mobile Learning* di pendidikan tinggi (Cheon dkk, 2012:1062).

1. Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan *m-learning*.
2. Saya memiliki kontrol untuk memutuskan menggunakan *m-learning*.
3. Saya memiliki kepercayaan diri untuk menggunakan *m-learning*.

2.5 Statistik untuk Penelitian

Berikut ini merupakan landasan teori yang digunakan dalam melakukan pengujian statistik yang digunakan di penelitian ini.

2.5.1 Uji Reliabilitas dan Uji Validitas

Dalam melakukan penelitian, dibutuhkan pengujian mengenai instrumen yang digunakan. Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel dapat dijawab oleh responden secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Sedangkan validitas untuk mengetahui ketepatan kuesioner dalam melakukan fungsinya.

2.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana kuisisioner dapat mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas berkaitan dengan hasil pengukuran non fisik. Berkaitan dengan karakteristik psikologis, hasil pengukuran yang diperoleh sebenarnya diharapkan dapat menggambarkan atau memberikan skor/ nilai suatu karakteristik lain yang menjadi perhatian utama.

Suatu item valid atau gugur diketahui dengan melakukan perbandingan antara nilai *corralated item-total correlation* dengan koefisien r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel berarti item valid. Sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel berarti item tidak valid (Widyanto, 2010:34).

2.5.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama maka alat ukur (kuisisioner) tersebut reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama.

Reliabilitas dapat juga menunjukkan sejauh mana hasil alat ukur tersebut dapat diandalkan dan terhindar dari kesalahan pengukuran. Keandalan alat menunjukkan ketepatan, kemantapan, dan homogenitas alat ukur yang dipakai.

Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shot* (pengukuran sekali saja). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60 (Ghozali, 2009:45).

2.5.2 Uji Statistik

Statistik dapat dibedakan menjadi dua, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Selanjutnya statistik inferensial dapat dibedakan menjadi statistik parametris dan non parameteris (Sugiyono, 2005). Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu statistik hasil penelitian, tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (generalisasi/inferensi). Statistik deskriptif

biasanya digunakan untuk penelitian yang tidak menggunakan sampel dan yang menggunakan sampel namun peneliti tidak bermaksud membuat kesimpulan dari analisis datanya. Dalam hal ini, teknik korelasi dan regresi juga dapat berperan dalam statistik deskriptif.

Statistik inferensial adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel, dan hasilnya akan digeneralisasikan untuk populasi dimana sampel diambil. Terdapat dua macam statistik inferensial, yaitu statistik parametris dan non parametris.

Statistik parametris terutama digunakan untuk menganalisis data interval atau rasio, yang diambil dari populasi yang berdistribusi normal. Statistik non parametris terutama digunakan untuk menganalisis data nominal dan ordinal dari populasi yang bebas distribusi (tidak harus distribusi normal).

2.5.2.1 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur (*path analysis*) merupakan pengembangan dari analisis regresi, sehingga analisis regresi dapat dikatakan sebagai bentuk khusus dari analisis jalur. Analisis jalur digunakan untuk melukiskan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat (bukan bentuk hubungan interaktif atau timbal balik). Dengan demikian dalam model hubungan antar variabel tersebut, terdapat variabel independen yang dalam hal ini disebut variabel eksogen dan variabel dependen yang disebut variabel endogen. Melalui analisis jalur ini akan dapat ditemukan jalur mana yang paling tepat dan singkat suatu variabel independen menuju variabel dependen yang terakhir (Sugiyono, 2011:301).

2.5.2.1.1 Asumsi Regresi

Berikut ini adalah beberapa asumsi dari regresi:

1. Normalitas

Model regresi yang baik ditandai dengan nilai residual yang random. Sesuatu yang random, biasanya ditandai dengan distribusi yang normal, dengan demikian model regresi yang baik ditandai dengan nilai error term (residual) yang berdistribusi normal.

2. Linearitas

Linearitas berarti bahwa ada hubungan garis lurus antara variabel bebas dan variabel terikat. Untuk menguji linearitas antara variabel bebas dan variabel terikat dapat diketahui dengan melihat sebar bivariat (yaitu, sebuah grafik dengan variabel bebas pada satu sumbu dan variabel terikat di sisi lain). Jika kedua variabel berhubungan linier, sebar akan oval.

3. Homoskedastisitas

Heteroskedastisitas biasanya ditunjukkan oleh sekelompok poin yang lebih luas sebagai nilai untuk variabel terikat diperkirakan mendapatkan lebih besar. Atau, homoskedastisitas dapat diketahui dengan melihat sebar antara masing-masing variabel bebas dan variabel terikat.

4. Independen

Asumsi independen adalah data tersebut mempunyai nilai yang saling bebas atau kebebasan dari pengamatan. Tidak berautokorelasi atau tidak berkorelasi dengan sendirinya. Pada grafik digambarkan titik-titik tidak berpola. Hal tersebut menunjukkan data independen.

2.5.2.1.2 Macam-macam Penyimpangan Asumsi Regresi

Beberapa penyimpangan yang mungkin terjadi pada regresi, antara lain akan dijelaskan di bawah ini.

1. Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji *Durbin-Watson* dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Nilai d_u dan d_l dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan.

2. Heteroskedostisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidakseimbangan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

3. Multikolenieritas

Multikolinearitas adalah kondisi terdapatnya hubungan linier atau korelasi yang tinggi antara masing-masing variabel independen dalam model regresi. Multikolinearitas biasanya terjadi ketika sebagian besar variabel yang digunakan saling terkait dalam suatu model regresi. Oleh karena itu masalah multikolinearitas tidak terjadi pada regresi linier sederhana yang hanya melibatkan satu variabel independen. Terdapat beberapa cara untuk melihat adanya multikolenieritas dalam regresi, yaitu:

- a. Menganalisa koefisien korelasi antara variabel bebas
- b. Membuat persamaan regresi antar variabel bebas
- c. Menganalisis nilai r^2 , *F ratio* dan t_0 (t hitung)

Multikolinearitas ditunjukkan oleh nilai toleransi dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum dipakai adalah nilai toleransi 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10. Jika variabel bebas memiliki VIF kurang dari 10 atau nilai toleransi lebih besar 0,10 maka berarti multikolinearitas antar variabel bebas masih dapat ditolerir dan dapat dikatakan tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas.

Gejala Multikolinearitas ini dapat dideteksi dengan beberapa cara antara lain:

- a. Menghitung koefisien korelasi sederhana (*simple correlation*) antara sesama variabel bebas, jika terdapat koefisien korelasi sederhana yang mencapai atau melebihi 0.8 maka hal tersebut menunjukkan terjadinya masalah multikolinearitas dalam regresi.
- b. Menghitung nilai toleransi atau VIF (*Variance Inflation Factor*), jika nilai toleransi kurang dari 0.1 atau nilai VIF melebihi 10 maka hal tersebut menunjukkan bahwa multikolinearitas adalah masalah yang pasti terjadi antar variabel bebas.
- c. Lakukan regresi antar variabel bebas dan menghitung masing-masing R^2 , kemudian melakukan uji-F dan bandingkan dengan $F_{(\alpha; (k-2), n-k+1)}$. Jika nilai F hitung melebihi nilai F_{tabel} berarti dapat dinyatakan bahwa X_i kolinear dengan X yang lain.

2.5.2.2 Model Analisis Jalur

Beberapa istilah dan defenisi dalam analisis jalur. (Al Rasyid, 2005:230)

1. Dalam Analisis Jalur, kita hanya menggunakan sebuah lambung variabel, yaitu X. Untuk membedakan X yang satu dengan X yang lainnya, kita menggunakan *subscript* (indeks). Contoh: X_1 , X_2 , X_3 , , X_k .
2. Kita membedakan dua jenis variabel, yaitu variabel variabel yang menjadi pengaruh (*exogenous variable*), dan variabel yang dipengaruhi (*endogenous variable*).

3. Lambang hubungan langsung dari eksogen ke endogen adalah panah bermata satu, yang bersifat *recursive* atau arah hubungan yang tidak berbalik/satu arah.
4. Diagram jalur merupakan diagram atau gambar yang mensyaratkan hubungan terstruktur antar variabel.

Ada beberapa model yang dapat digunakan, mulai dari yang paling sederhana sampai dengan yang lebih rumit, diantaranya:

a. Analisis Jalur Model *Trimming*

Model *Trimming* adalah model yang digunakan untuk memperbaiki suatu model struktur analisis jalur dengan cara mengeluarkan dari model variabel eksogen yang koefisien jalur diuji secara keseluruhan apabila ternyata ada variabel yang tidak signifikan. Walaupun ada satu, dua, atau lebih variabel yang tidak signifikan, perlu memperbaiki model struktur analisis jalur yang telah dihipotesiskan.

b. Analisis Jalur Model Dekomposisi

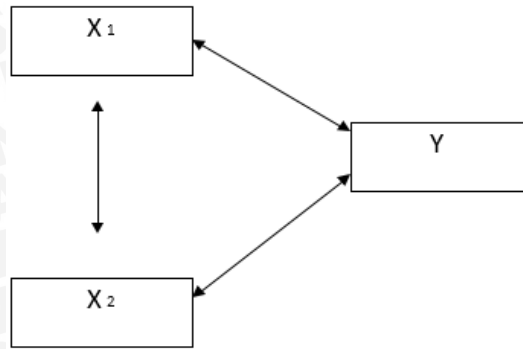
Model dekomposisi adalah model yang menekankan pada pengaruh yang bersifat kausalitas antar variabel, baik pengaruh langsung ataupun tidak langsung dalam kerangka analisis jalur, sedangkan hubungan yang sifatnya nonkausalitas atau hubungan korelasional yang terjadi antar variabel eksogen tidak termasuk dalam perhitungan ini.

Perhitungan menggunakan analisis jalur dengan menggunakan model dekomposisi pengaruh kausal antar variabel dapat dibedakan menjadi tiga yaitu:

- 1) *Direct causal effects* (pengaruh kausal langsung) adalah pengaruh satu variabel eksogen terhadap variabel endogen yang terjadi tanpa melalui variabel endogen lain.
- 2) *Indirect causal effects* (pengaruh kausal tidak langsung) adalah pengaruh satu variabel eksogen terhadap variabel endogen yang terjadi melalui variabel endogen lain terdapat dalam satu model kausalitas yang sedang dianalisis.
- 3) *Total causal effects* (pengaruh kausal total) adalah jumlah dari pengaruh kausal langsung dan pengaruh kausal tidak langsung.

c. Model Regresi Berganda

Model ini merupakan pengembangan regresi berganda dengan menggunakan dua variabel eksogen, yaitu X_1 dan X_2 dengan satu variabel endogen Y . Model ini dapat dilihat pada Gambar 2.4.

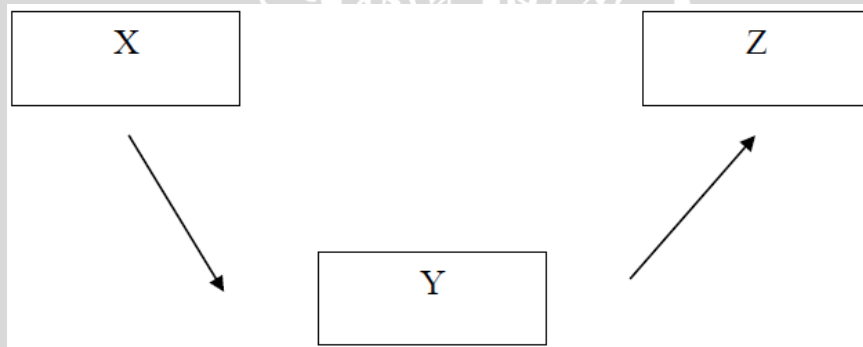


Gambar 2.4 Model regresi berganda
 Sumber: Sugiyono (2005:299)

Contoh hubungan yang dibentuk pada Gambar 2.4 adalah pengaruh motivasi dan minat dalam pekerjaan terhadap prestasi kerja. Motivasi kerja dan minat kerja merupakan variabel independen dan prestasi kerja merupakan variabel dependen.

d. Model Mediasi

Model mediasi atau perantara ialah di mana variabel Y memodifikasi pengaruh variabel X terhadap variabel Z. Model ini dapat dilihat pada Gambar 2.5.

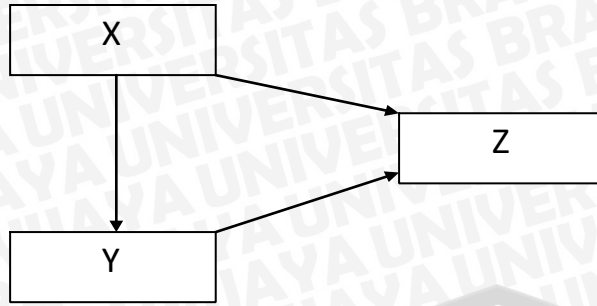


Gambar 2.5 Model mediasi
 Sumber: Sugiyono (2005:299)

Contoh hubungan yang dibentuk pada Gambar 2.5 adalah pengaruh gaya kepemimpinan (X) mempengaruhi kinerja karyawan (Z) melalui disiplin kerja (Y).

e. Model Kombinasi Regresi Berganda dan Mediasi

Model ini merupakan kombinasi antara model pertama dan kedua, yaitu variabel X berpengaruh terhadap variabel Z secara langsung dan secara tidak langsung mempengaruhi variabel Z melalui variabel Y. Model ini dapat dilihat pada Gambar 2.6.

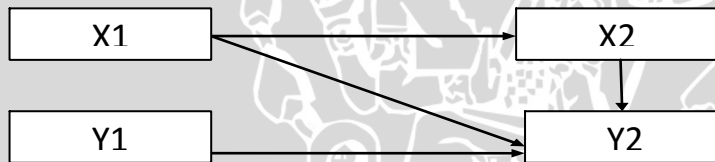


Gambar 2.6 Model kombinasi
Sumber: Sugiyono (2005:299)

Contoh hubungan yang dibentuk pada Gambar 2.6 adalah kompensasi (X) secara langsung mempengaruhi kinerja karyawan (Z), demikian pula kompensasi (X) akan mempengaruhi motivasi kerja (Y) yang kemudian akan berpengaruh terhadap kinerja karyawan (Z).

f. Model Kompleks

Model ini merupakan model yang lebih kompleks, yaitu variabel X1 secara langsung mempengaruhi Y2 dan melalui variabel X2 secara tidak langsung mempengaruhi Y2, sementara variabel Y2 juga dipengaruhi oleh variabel Y1. Model ini dapat dilihat pada Gambar 2.7.

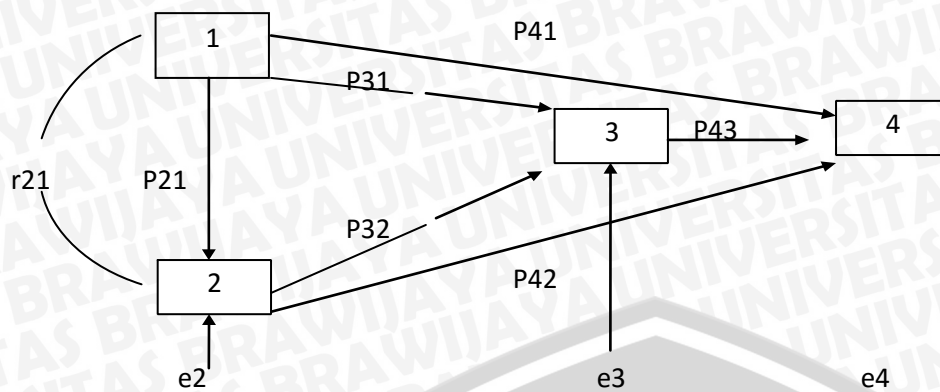


Gambar 2.7 Model kompleks
Sumber: Sugiyono (2005:300)

Contoh hubungan yang dibentuk pada Gambar 2.7 adalah kompensasi (X1) secara langsung mempengaruhi kinerja karyawan (Y2), dan motivasi kerja (X2) secara tidak langsung mempengaruhi kinerja karyawan (Y2), selanjutnya kinerja karyawan dipengaruhi oleh variabel kepuasan kerja (Y1).

g. Model Rekursif dan Non Rekursif

Model rekursif adalah jika semua anak panah menuju anak panah lain, seperti pada Gambar 2.8.



Gambar 2.8 Model rekursif
Sumber: Sugiyono (2005:301)

Model rekursif dalam Gambar 2.8 dapat diterangkan sebagai berikut.

1. Anak panah menuju satu arah, yaitu dari 1 ke 2, 3 dan 4; dari 2 ke 3 dan dari 3 menuju 4. Tidak ada arah yang terbalik misalnya dari 4 ke 3.
2. Hanya terdapat satu variabel *exogenous*, yaitu 1 dan 3 variabel *endogenous* yaitu 2, 3 dan 4. Masing-masing variabel *endogenous* diterangkan oleh variabel 1 dan error (e_2 , e_3 dan e_4)
3. Satu variabel *endogenous* dapat menjadi penyebab variabel *endogenous* lainnya, tetapi bukan ke variabel *exogenous*.

Model non rekursif terjadi jika arah anak panah tidak searah atau terjadi arah yang berbalik, misalnya dari 4 ke 3 atau dari 3 ke 1 dan 2, atau bersifat sebab akibat. Pada bagian berikut untuk mempermudah kita dalam memahami analisis jalur, maka kita bisa menggunakan model-model jalur berikut:

1. Model Persamaan Satu Jalur

Model Persamaan satu jalur merupakan hubungan sebenarnya sama dengan regresi berganda, yaitu variabel bebas terdiri dari satu variabel dan variabel tergangguanya hanya satu.

2. Model Persamaan Dua Jalur

Model ini terdiri dari tiga variabel bebas dan mempunyai dua variabel terganggu.

3. Model Persamaan Tiga Jalur

Model ini terdiri dari tiga variabel bebas, salah satu variabel bebas menjadi variabel perantara dan mempunyai dua variabel terganggu.

2.6 Desain Program Intervensi

Berikut ini merupakan langkah yang digunakan untuk menentukan program intervensi yang nantinya akan dilakukan.

2.6.1 Diagram Sebab-Akibat (Fishbone Diagram)

Diagram sebab-akibat menggambarkan garis dan simbol-simbol yang menunjukkan hubungan antara akibat dan penyebab suatu masalah. Diagram tersebut digunakan untuk mengetahui akibat dari suatu masalah untuk selanjutnya diambil tindakan perbaikan. Dari akibat tersebut kemudian dicari beberapa kemungkinan penyebabnya. Penyebab masalah ini pun dapat berasal dari beberapa sumber utama, misalnya metode kerja, bahan, pengukuran, karyawan, lingkungan, dan seterusnya (Ariani, 2003:24).

Selanjutnya, dari sumber-sumber utama tersebut diturunkan menjadi beberapa sumber yang lebih kecil dan lebih mendetail, misalnya dari metode kerja dapat diturunkan menjadi pelatihan, pengetahuan, kemampuan, karakteristik fisik, dan sebagainya. Untuk mencari berbagai penyebab tersebut dapat digunakan teknik *brainstorming* dari seluruh personil yang terlibat dalam proses yang sedang dianalisis. Manfaat diagram sebab-akibat tersebut antara lain:

1. Dapat menggunakan kondisi yang sesungguhnya untuk tujuan perbaikan kualitas produk atau jasa, lebih efisien dalam penggunaan sumber daya, dan dapat mengurangi biaya.
2. Dapat mengurangi dan menghilangkan kondisi yang menyebabkan ketidaksesuaian produk/jasa dan kebutuhan pelanggan.
3. Dapat membuat suatu standarisasi operasi yang ada maupun yang direncanakan.
4. Dapat memberikan pendidikan dan pelatihan bagi karyawan dalam kegiatan pembuatan keputusan dan melakukan tindakan perbaikan.

2.6.2 Pugh Matrix

Pugh matrix bertujuan untuk mempersempit jumlah konsep secara cepat dan untuk memperbaiki konsep (Ulrich, 2001:136). Berikut ini merupakan langkah-langkah dalam membuat *pugh matrix* (Ulrich, 2001:136).

1. Menyiapkan Matriks Seleksi

Untuk menyiapkan matriks, tim memilih sebuah media fisik yang sesuai untuk masalah yang sedang ditangani dan dalam penelitian ini menggunakan *pugh matrix*.

2. Menilai Konsep

Untuk menilai konsep, terdapat tiga nilai yang terdiri dari nilai (+) merupakan lebih baik, (0) merupakan sama dengan, dan (-) merupakan lebih buruk. Nilai-nilai tersebut diletakan di tiap sel matriks untuk memperlihatkan bagaimana tiap konsep dinilai terhadap referensi konsep untuk kriteria tertentu.

3. Membuat Peringkat untuk Konsep-Konsep

Setelah menilai seluruh konsep, tim menjumlahkan nilai positif, sama dengan, dan minus. Lalu mencatat jumlah untuk tiap kategori pada baris bagian bawah dari matriks. Konsep dengan nilai positif lebih banyak dan nilai minus lebih sedikit memiliki tingkatan yang lebih tinggi.

4. Menggabungkan dan Memperbaiki Konsep-Konsep

Setelah menilai dan membuat peringkat konsep, tim harus memeriksa apakah hasilnya masuk akal.

5. Memilih Satu Konsep atau Lebih

Jika anggota tim telah puas dengan pemahaman mereka akan tiap konsep dan kualitas relatifnya, mereka akan memutuskan konsep mana yang harus dipilih untuk perbaikan dan analisis yang lebih jauh.

6. Merefleksikan Hasil dan Proses

Seluruh anggota tim harus nyaman dengan hasil yang diperoleh. Pertimbangan nyata yang hasilnya dapat dimengerti bagi setiap orang akan mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan dan meningkatkan kemungkinan seluruh tim untuk setuju pada kegiatan pengembangan berikutnya.

Selection Criteria	Concepts						
	A Master Cylinder	B Rubber Brake	C Ratchet	D (Reference) Plunge Stop	E Swash Ring	F Lever Set	G Dial Screw
Ease of handling	0	0	-	0	0	-	-
Ease of use	0	-	-	0	0	+	0
Readability of settings	0	0	+	0	+	0	+
Dose metering accuracy	0	0	0	0	-	0	0
Durability	0	0	0	0	0	-	0
Ease of manufacture	+	-	-	0	0	-	0
Portability	+	+	0	0	+	0	0
Sum +'s	2	1	1	0	0	0	0
Sum 0's	5	4	3	7	2	2	1
Sum -'s	0	2	3	0	1	2	1
Net Score	2	-1	-2	0	1	0	0
Rank	1	6	7	3	2	3	3
Continue?	Yes	No	No	Combine	Yes	Combine	Revise

Gambar 2.9 Contoh *Pugh Matrix*
Sumber: Ulrich (2000:145)

Dalam Gambar 2.9 menunjukkan contoh *Pugh Matrix*. Dalam *Pugh Matrix* dibuat beberapa alternatif konsep yang akan digunakan dalam program intervensi. Selanjutnya dilakukan penilaian pada masing-masing konsep dan menentukan konsep mana yang akan dilanjutkan pada *scoring method*.

2.6.3 Scoring Method

Pada *scoring method*, diberikan penilaian terhadap konsep yang lolos pada tahap penyaringan *pugh matrix*. Pada tahap ini, tim memberikan bobot relatif untuk setiap kriteria seleksi dan memfokuskan pada hasil perbandingan yang lebih baik dengan penekanan pada

setiap kriteria (Ulrich, 2001:139). Berikut ini merupakan tahap-tahap dalam membuat *scoring method* (Ulrich, 2001:140):

1) Menyiapkan Matriks Seleksi

Tim menyiapkan sebuah matriks dan mengidentifikasi konsep referensi dengan menggunakan *scoring method*.

2) Menilai Konsep

Cara yang paling mudah bagi tim untuk menyelesaikan tahap ini adalah dengan menilai seluruh konsep terhadap satu kriteria sekaligus, sebelum berpindah pada kriteria berikutnya. Karena perlunya perbedaan yang nyata antara setiap konsep yang bersaing, maka diperlukan skala yang lebih jelas. Pada *scoring method* ini menggunakan skala 1-5. Berikut ini Tabel 2.2 yang akan menjelaskan skala tersebut.

Tabel 2.2 Skala Dalam *Scoring Method*

Kinerja Relatif	Nilai
Sangat buruk dibandingkan dengan referensi	1
Buruk dibandingkan dengan referensi	2
Sama seperti referensi	3
Lebih baik dari referensi	4
Sangat lebih baik dari referensi	5

Sumber: Ulrich (2001:142)

3) Membuat Peringkat Untuk Konsep

Setelah penilaian diberikan untuk tiap konsep, nilai berbobot dihitung dengan mengalikan nilai dengan bobot kriteria. Total nilai untuk tiap konsep merupakan penjumlahan dari nilai yang berbobot. Berikut ini merupakan Persamaan (2-4) yang menunjukkan rumus perhitungan dari *scoring method*.

$$S_j = \sum_{i=1}^n r_{ij} w_i \quad (2-4)$$

Sumber: Ulrich (2001:140)

Dimana:

r_j = nilai konsep j untuk kriteria i

w_j = bobot untuk kriteria i

n = jumlah kriteria

s_j = total nilai untuk konsep j

4) Menggabungkan dan Memperbaiki Konsep

Tim mencari konsep pengganti atau kombinasi yang memperbaiki konsep.

5) Memilih Satu Konsep atau Lebih

Seleksi akhir bukan hanya memilih konsep yang mencapai *peringkat* tertinggi setelah melewati proses *scoring method*.

6) Merefleksikan Hasil dan Proses

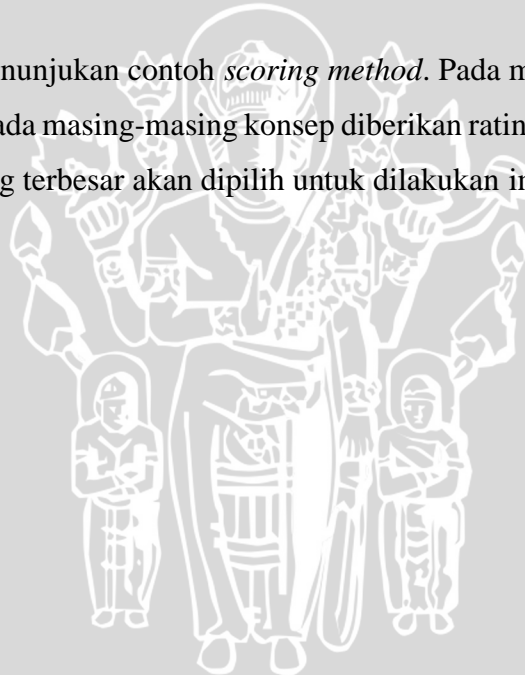
Sebagai langkah akhir, tim merefleksikan pada konsep terpilih dalam proses pemilihan konsep.

Selection Criteria	Weight	Concepts							
		A (Reference) Master Cylinder		DF Lever Stop		E Swash Ring		G+ Dial Screw+	
		Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score
Ease of handling	5%	3	0.15	3	0.15	4	0.2	4	0.2
Ease of use	15%	3	0.45	4	0.6	4	0.6	3	0.45
Readability of settings	10%	2	0.2	3	0.3	5	0.5	5	0.5
Dose metering accuracy	25%	3	0.75	3	0.75	2	0.5	3	0.75
Durability	15%	2	0.3	5	0.75	4	0.6	3	0.45
Ease of manufacture	20%	3	0.6	3	0.6	2	0.4	2	0.4
Portability	10%	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3
Total Score		2.75		3.45		3.10		3.05	
Rank		4		1		2		3	
Continue?		No		Develop		No		No	

Gambar 2.10 Contoh Scoring Method

Sumber: Ulrich (2000:149)

Dalam Gambar 2.10 menunjukkan contoh *scoring method*. Pada masing-masing kriteria diberikan pembobotan dan pada masing-masing konsep diberikan rating. Selanjutnya konsep yang memiliki total skor yang terbesar akan dipilih untuk dilakukan implementasi.



UNIVERSITAS BRAWIJAYA

(Halaman ini sengaja dikosongkan)



BAB III METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah tahap yang harus ditetapkan terlebih dahulu sebelum melakukan penyelesaian masalah yang sedang dibahas. Pada bab ini akan dijelaskan mengenai tahap-tahap yang dilakukan pada penelitian ini.

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif berdasarkan data-data kuantitatif yang ada. Dalam hal ini adalah data hasil survei kuesioner yang digunakan untuk memahami perilaku mahasiswa dalam memilih profesi *salesman* di Auto 2000.

Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang menganalisis tentang gejala-gejala sosial atau budaya dengan menggunakan kebudayaan dari masyarakat yang bersangkutan untuk memperoleh gambaran mengenai pola yang berlaku dan pola yang ditemukan, makna tindakan dari kejadian yang dipahami yang terekspresikan secara langsung dalam bahasa yang diterima dan disampaikan secara tidak langsung, kemudian dianalisis dengan teori yang objektif.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Toyota Sales Operation (Auto 2000) Sukun Malang, waktu penelitian adalah Oktober 2015 – Juli 2016.

3.3 Tahap Penelitian

Tahap-tahap yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pendahuluan, pengambilan data, pengolahan data, program intervensi, pengolahan data hasil intervensi serta tahap analisis dan kesimpulan. Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing tahap.

3.3.1 Tahap Pendahuluan

Pengumpulan data pada tahap pendahuluan dilakukan agar peneliti memperoleh informasi-informasi yang dibutuhkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan pengerjaan

penelitian. Mengenai tahap pendahuluan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Studi Lapangan

Kegiatan ini dilakukan untuk memperoleh data yang sebenarnya ada dilapangan mengenai permasalahan yang ada. Studi lapangan dilakukan untuk mengetahui kondisi Auto 2000 yang ada saat ini.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan suatu metode yang digunakan dalam mendapatkan data dengan mempelajari pustaka serta membaca sumber-sumber data informasi yang berhubungan sehingga dapat memahami permasalahan utama dalam penelitian secara teoritis. Studi pustaka dilakukan untuk memahami permasalahan dan metode yang akan digunakan untuk mengatasi rendahnya minat mahasiswa dalam memilih *salesman* sebagai pilihan karirnya. Hal ini dapat dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber pustaka, baik berupa *text book*, literatur maupun jurnal yang membahas mengenai penelitian tentang konsep perilaku yang relevan untuk dijadikan referensi.

3. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan tahap awal dalam mengetahui dan memahami persoalan yang ada pada perusahaan agar dapat memberikan solusi pada permasalahan tersebut. Masalah yang ada pada Auto 2000 adalah diperlukannya meningkatkan intensi pada mahasiswa untuk bisa memilih *salesman* sebagai pilihan karirnya.

4. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah dilakukan, maka dapat ditarik suatu rumusan masalah yang terdapat pada Bab Pendahuluan.

5. Penentuan Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penulisan skripsi perlu di tetapkan tujuan penelitian, agar penulisan skripsi dapat dilakukan dengan sistematis dan tidak menyimpang dari permasalahan yang diangkat. Tujuan dari penelitian ini terdapat pada Bab Pendahuluan.

3.3.2 Tahap Pengambilan Data

Pada tahap ini menjelaskan mengenai tahap pengambilan data. Berikut ini merupakan tahap pengambilan data yang dilakukan.

1. Pembuatan Kuesioner

Dalam kuesioner terdapat delapan kelompok pertanyaan inti yang sesuai dengan kuesioner *theory of planned bahaviour*, yaitu:

- a. *Outcome Evaluation*
 - b. *Behavioural Beliefs*
 - c. *Direct Measurement of Perceived Behavioural Control, Subjective Norm, Attitude Towards the Behaviour dan Behavioural Intention*
 - d. *Motivation to Comply*
 - e. *Control Beliefs*
 - f. *Power of Control Factors*
 - g. *Normative Beliefs*
2. Penentuan Jumlah Responden

Dalam penelitian ini responden yang digunakan adalah yang sudah menempuh semester delapan dan kuliah di tiga Universitas terbesar di Malang, yaitu Universitas Brawijaya (UB) sebanyak 12.798 mahasiswa, Universitas Negeri Malang (UM) sebanyak 6.573 mahasiswa, dan Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) sebanyak 6.047 mahasiswa, sehingga jumlah populasi adalah 25.418 mahasiswa. Data mahasiswa yang digunakan pada semester genap tahun ajaran 2015/2016. Dengan menggunakan rumus *Slovin* (dikutip dalam buku Hasan, 2002:61), yaitu:

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

Dimana,

n : Ukuran Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Persen kelonggaran ketidakteelitian (peneliti menetapkan $e = 0.1$).

Sehingga nilai n yang didapat adalah 99.60 responden atau 100 responden.

3. Penyebaran Kuesioner

Dalam tahap ini, kuesioner yang sudah dibuat, dibagikan kepada responden yang sudah ditetapkan. Penentuan jumlah sampel dari masing-masing universitas akan menggunakan *proportionate stratified random sampling*, sehingga jumlah responden dari masing-masing universitas akan dibagi sesuai dengan proporsi populasi masing-masing. Teknik pengambilan data dengan menggunakan penyebaran kuesioner secara online, dimana terdapat pada link www.bit.ly/intensiauto2000. Kuesioner disebar dengan menggunakan media sosial di masing-masing kampus, dimana nantinya data yang diambil hanya data yang sesuai dengan karakteristik responden.

3.3.3 Tahap Pengolahan Data

Pada tahap ini dilakukan setelah kuesioner sudah terkumpul dan memenuhi kecukupan data. Dalam tahap ini akan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas serta analisis data, dimana mengukur dan menginterpretasi nilai *Attitude Towards The Behaviour*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioural Control* serta *Behavioural Intention* sesuai prinsip *Theory of Planned Behaviour* (TPB), selanjutnya tahap uji-uji statistik dengan menggunakan perangkat analisis data yang terdapat pada Microsoft Excel dan SPSS.

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

Kuesioner akan diuji dengan menggunakan uji validitas, dimana jika valid berarti kuesioner yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut valid. Valid berarti kuesioner tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Sedangkan reliabilitas digunakan untuk menguji apabila instrumen digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

2. Uji Statistik dengan menggunakan uji F (pengujian serentak) dan uji t (pengujian parsial). Berikut ini merupakan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini.

a. Hipotesis Alternatif (H_A)

H_{A1} : Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku yang dapat diterima berpengaruh dalam memprediksi intensi mahasiswa dalam memilih *salesman* sebagai pilihan karirnya

H_{A2} : Sikap berperan dalam menjalankan intensi mahasiswa dalam memilih *salesman* sebagai pilihan karirnya

H_{A3} : Norma Subyektif berperan dalam menjalankan intensi mahasiswa dalam memilih *salesman* sebagai pilihan karirnya

H_{A4} : Kontrol Perilaku yang diterima berperan dalam menjalankan intensi mahasiswa dalam memilih *salesman* sebagai pilihan karirnya

b. Hipotesis Null (H_0)

H_{01} : Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku yang dapat diterima tidak berpengaruh dalam memprediksi intensi mahasiswa dalam memilih *salesman* sebagai pilihan karirnya

H_{02} : Sikap tidak berperan dalam menjalankan intensi mahasiswa dalam memilih *salesman* sebagai pilihan karirnya

H_{03} : Norma Subyektif tidak berperan dalam menjalankan intensi mahasiswa dalam memilih *salesman* sebagai pilihan karirnya

H₀₄: Kontrol Perilaku yang diterima tidak berperan dalam menjalankan intensi mahasiswa dalam memilih *salesman* sebagai pilihan karirnya

3. Penentuan Faktor Berpengaruh Terbesar dengan *Path Analysis*.

Tahap ini dilakukan dengan membuat gambaran dari analisis jalur dan kekuatan pengaruh yang dihasilkan dari uji t yang dilakukan dan juga pengaruh tidak langsung yang didapatkan dari korelasi masing-masing faktor. Selanjutnya dilakukan perhitungan pengaruh total dari masing-masing faktor terhadap pengaruhnya pada intensi mahasiswa

3.3.4 Tahap Program Intervensi

Pada tahap ini dilakukan program intervensi sesuai dengan bobot pengaruh yang terbesar terhadap intensi.

1. Berikut ini merupakan tahap dalam penentuan program intervensi yang dibuat.

a. Membuat *fishbone diagram* untuk mengetahui akar permasalahan mengenai rendahnya minat mahasiswa untuk berkarir sebagai *salesman*.

Tahap ini dilakukan *brainstorming* mengenai rendahnya minat mahasiswa untuk memilih profesi *salesman* sebagai pilihan karirnya.

b. Membuat alternatif program intervensi untuk mengatasi permasalahan sebab-sebab khusus pada *fishbone diagram*.

Tahap ini dilakukan *brainstorming* mengenai program yang mungkin akan dilakukan untuk melakukan intervensi. Selain itu dilakukan analisa terhadap keuntungan dan kerugian dari masing-masing program.

c. Memilih dan melaksanakan program intervensi untuk meningkatkan minat mahasiswa untuk berkarir sebagai *salesman*.

Tahap ini merupakan tahap implementasi program intervensi. Program intervensi dipilih berdasarkan pemilihan dari beberapa alternatif kegiatan yang akan memberikan manfaat yang lebih banyak terhadap peningkatan intensi.

2. Membuat pengukuran ulang terhadap intensi peserta program.

Tahap ini dilakukan setelah program intervensi dilakukan, peserta diberikan kuesioner kembali yang sama untuk melihat perubahan yang terjadi. Pengujian data dilakukan dengan menggunakan uji *welch t-test*. Sehingga dapat diketahui apakah terjadi perubahan setelah program intervensi atau tidak. Berikut merupakan pengujian hipotesis yang dilakukan.

a. Hipotesis Alternatif (H_A)

H_{A5}: Program intervensi yang dilakukan berperan dalam meningkatkan intensi mahasiswa dalam memilih *salesman* sebagai pilihan karirnya

b. Hipotesis Null (H_0)

H_0 : Program intervensi yang dilakukan tidak berperan dalam meningkatkan intensi mahasiswa dalam memilih *salesman* sebagai pilihan karirnya

3.3.5 Tahap Analisis dan Kesimpulan

Pada tahap ini merupakan penjelasan mengenai analisa dan kesimpulan dari pengolahan data baik sebelum program intervensi dilaksanakan maupun sesudah program intervensi dilaksanakan. Berikut merupakan yang dilakukan pada tahap ini.

1. Analisis dan Pembahasan

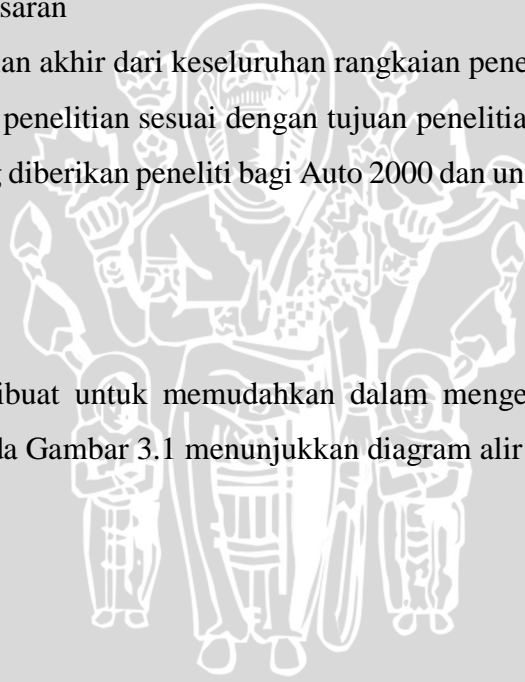
Berdasarkan dari hasil pengolahan data, dilakukan analisis dan pembahasan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dari penelitian ini dan sebagai acuan untuk melakukan penarikan kesimpulan dan saran.

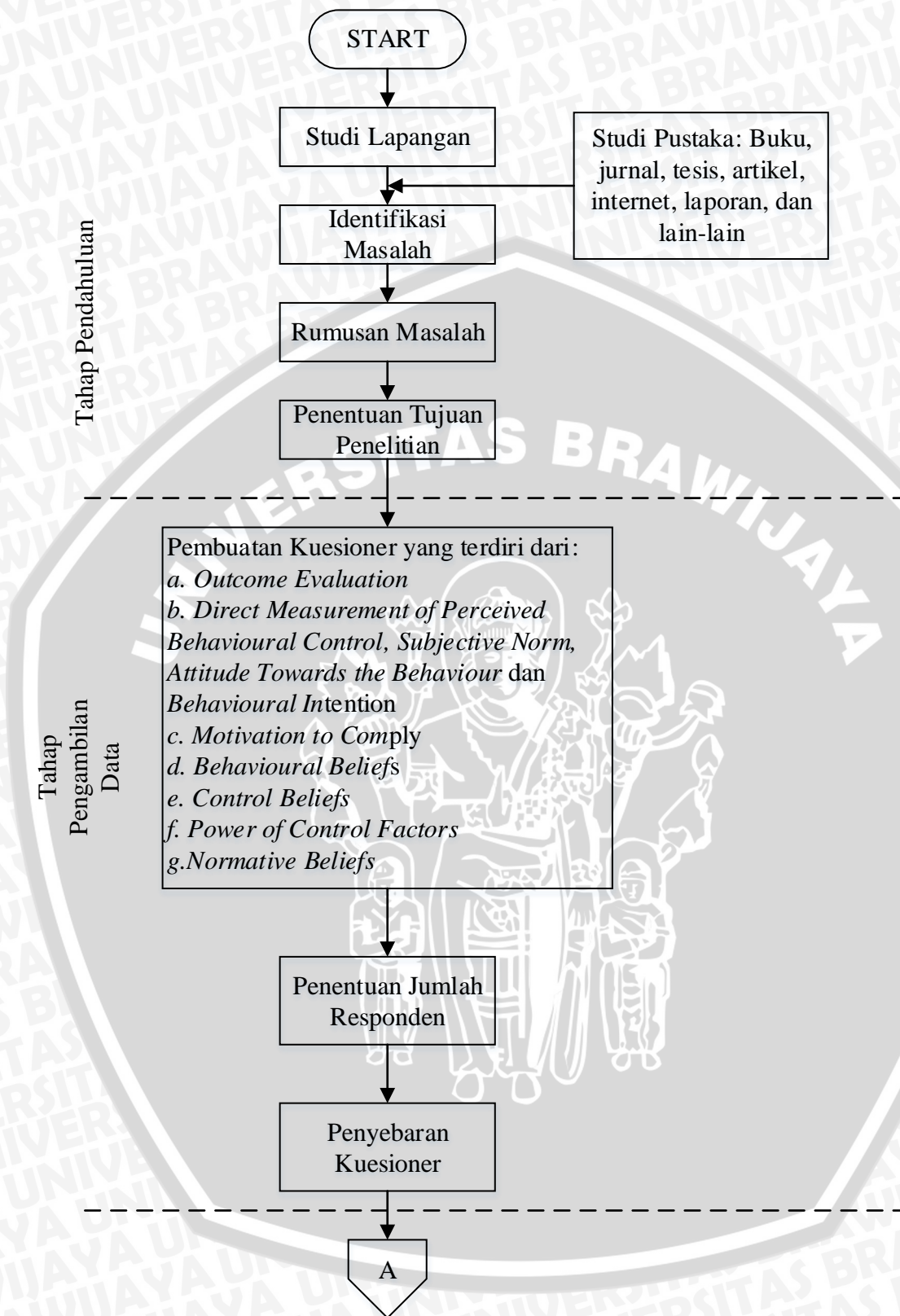
2. Penarikan kesimpulan dan saran

Kesimpulan dan saran bagian akhir dari keseluruhan rangkaian penelitian. Kesimpulan berisi hasil yang diperoleh dari penelitian sesuai dengan tujuan penelitian yang ditetapkan. Saran merupakan masukan yang diberikan peneliti bagi Auto 2000 dan untuk penelitian yang dilakukan selanjutnya.

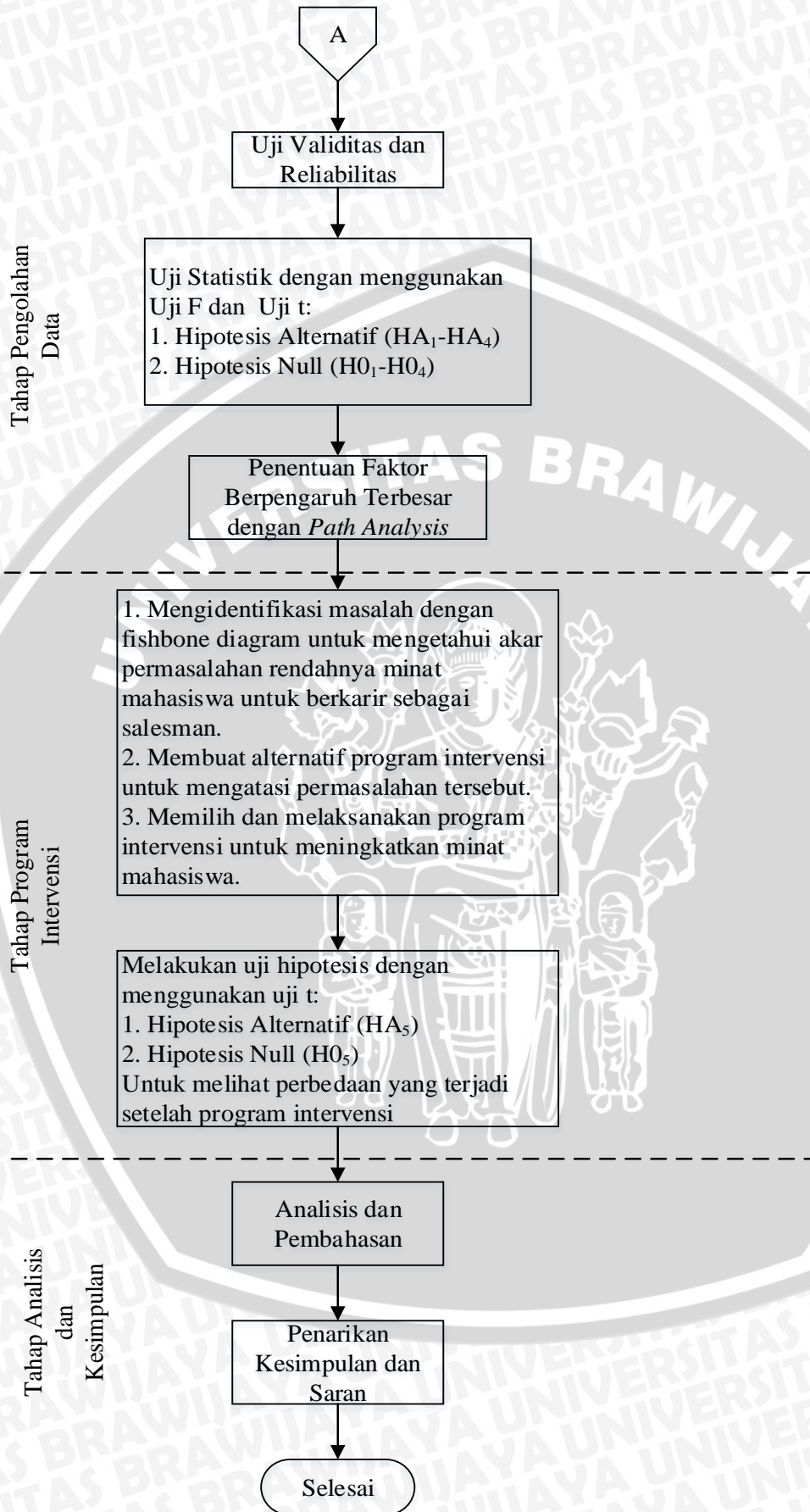
3.4 Diagram Alir Penelitian

Diagram alir penelitian dibuat untuk memudahkan dalam mengetahui proses yang dilakukan dalam penelitian. Pada Gambar 3.1 menunjukkan diagram alir penelitian.





Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian



Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian (Lanjutan)