

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data merupakan prosedur yang standar dan sistematis dalam penulisan ilmiah. Untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung, wawancara dan pengambilan data-data primer di Auto 2000 dan secara online. Setelah data tersebut terkumpul lalu dilakukan pengolahan dan pembahasan sehingga bisa didapatkan hasil penelitian yang nantinya akan menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian yang sudah diterapkan.

### 4.1 Gambaran Umum PT Astra International Tbk – Toyota Sales Operation (Auto 2000)

Auto 2000 adalah jaringan jasa penjualan, perawatan, perbaikan dan penyediaan suku cadang Toyota yang berdiri sejak tahun 1975 dengan nama Astra Motor Sales, dan baru pada tahun 1989 berubah nama menjadi Auto 2000 dengan manajemen yang sudah ditangani sepenuhnya oleh PT. Astra International Tbk.

Saat ini Auto 2000 adalah retailer Toyota terbesar di Indonesia, yang menguasai sekitar 45% dari total penjualan Toyota. Dalam aktivitas bisnisnya, Auto 2000 berhubungan dengan PT. Toyota Astra Motor sebagai Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Toyota, yang menjadikan Auto 2000 adalah salah satu founder dealer resmi Toyota.

Auto 2000 saat ini memiliki 96 outlet (terdiri dari 14 outlet V (*Vehicle*)-hanya melayani jual beli kendaraan, 67 outlet VSP (*Vehicle, Service, Part*)-melayani jual beli dan service kendaraan, dan 15 outlet VSPBP (*Vehicle, Service, Part, Body Painting*)-melayani jual beli, service, perbaikan dan pengecatan bodi kendaraan) yang tersebar di hampir seluruh Indonesia (kecuali Sulawesi, Maluku, Irian Jaya, Jambi, Riau, Bengkulu, Jawa Tengah dan D.I.Y). Di samping itu, Auto 2000 pun bekerjasama dengan 840 *partshop* yang tersebar di berbagai penjuru Indonesia, untuk menjamin keaslian suku cadang produk Toyota.

Sesuai dengan slogan-nya “Urusan Toyota Jadi Mudah!”, AUTO 2000 senantiasa berupaya memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh pelanggannya dalam membeli dan memiliki kendaraan Toyota melalui:

1. Kemudahan dalam mencari informasi tentang Toyota di AUTO 2000 melalui *website*, aplikasi *mobile*, dan *call center* yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun.
2. Kenyamanan bagi pelanggan dengan fasilitas *outlet* AUTO 2000 yang modern, *warm*, dan *pressure free*.
3. Kemudahan dan kenyamanan transaksi dengan layanan *one stop shopping service* AUTO 2000 yang bekerjasama dengan berbagai *value chain*.
4. Kemudahan dalam mendapatkan kendaraan sesuai kesepakatan, tepat waktu, dan melampaui harapan pelanggan.
5. Kemudahan mendapatkan jasa layanan *after sales service* terbaik selama kepemilikan kendaraan, dengan berbagai project penunjang yang inovatif seperti:
  - a. *Toyota Home Service* (THS) – kemudahan *service* secara fleksibel untuk menghargai kualitas waktu pelanggan.
  - b. *Express Maintenance* – kehandalan serta kecepatan perawatan kendaraan dan *service* berkala kurang dari satu jam.
  - c. *Express Body* dan *Paint* – kehandalan perbaikan *body* kendaraan tiga panel dalam waktu delapan jam yang merupakan satu-satunya layanan yang sudah tersertifikasi oleh Toyota di wilayah Asia Tenggara.
  - d. *Booking Service* – kemudahan pemesanan untuk memastikan pengerjaan perawatan kendaraan yang berkualitas
  - e. *Maintenance Reminder System* – layanan atau jasa pengingat bagi pelanggan dalam melakukan pengecekan, perawatan, serta *service* berkala untuk memastikan kualitas kendaraan Toyota tetap prima.
  - f. Serta berbagai produk inovatif lainnya yang akan senantiasa AUTO 2000 hadirkan bagi pelanggan untuk merasakan “*Life is Easy*”.

#### 4.1.1 *What Business Are We In* (WBAWI), Visi dan Misi Auto 2000

Bisnis yang dijalankan oleh Auto 2000 adalah sebagai Retailer, dari Penjualan Produk dan Layanan Servis Kendaraan Toyota, yang Berfokus dalam Memberikan Pengalaman Kepemilikan Yang Berkesan Kepada Pelanggan.

Visi dari Auto 2000 adalah “Menjadi Dealer Toyota Terbaik dan Terhandal di Indonesia, Melalui Proses Bisnis Berkelas Dunia”.

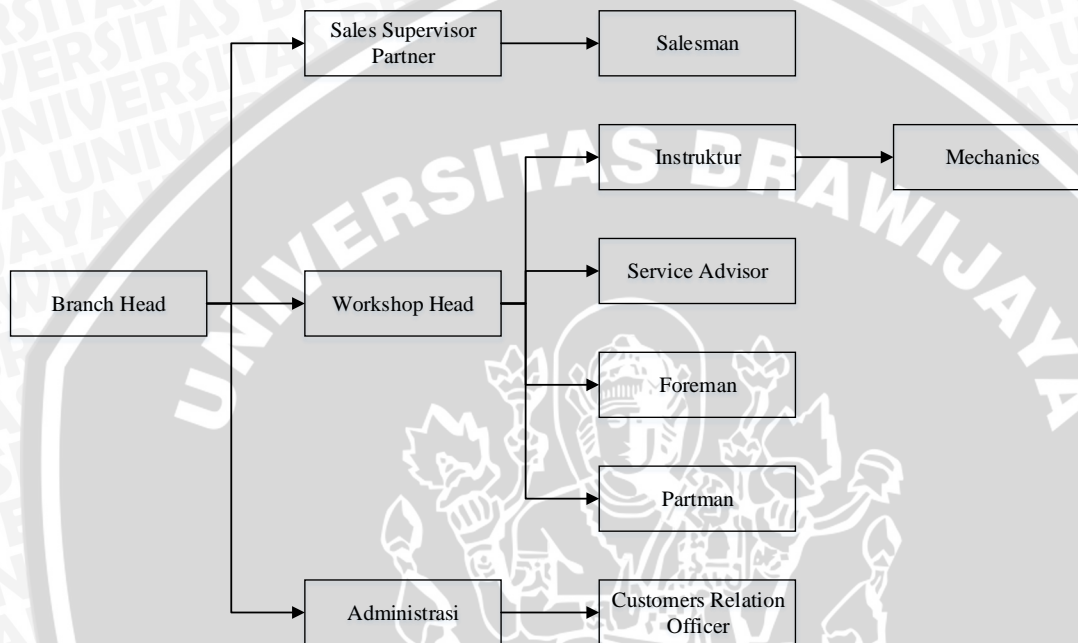
Misi dari Auto 2000 adalah

1. Melayani Pelanggan Melalui Pengalaman Kepemilikan yang Paling Memuaskan.
2. Menjadi *Share Contributor* Terbaik bagi Toyota di Seluruh Kota dan Kabupaten.

3. Menciptakan Pertumbuhan yang Berkesinambungan Bagi Seluruh *Stakeholders*.
4. Senantiasa Berkomitmen untuk Menjalankan Bisnis sesuai Kaidah *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility*.

#### 4.1.2 Struktur Organisasi

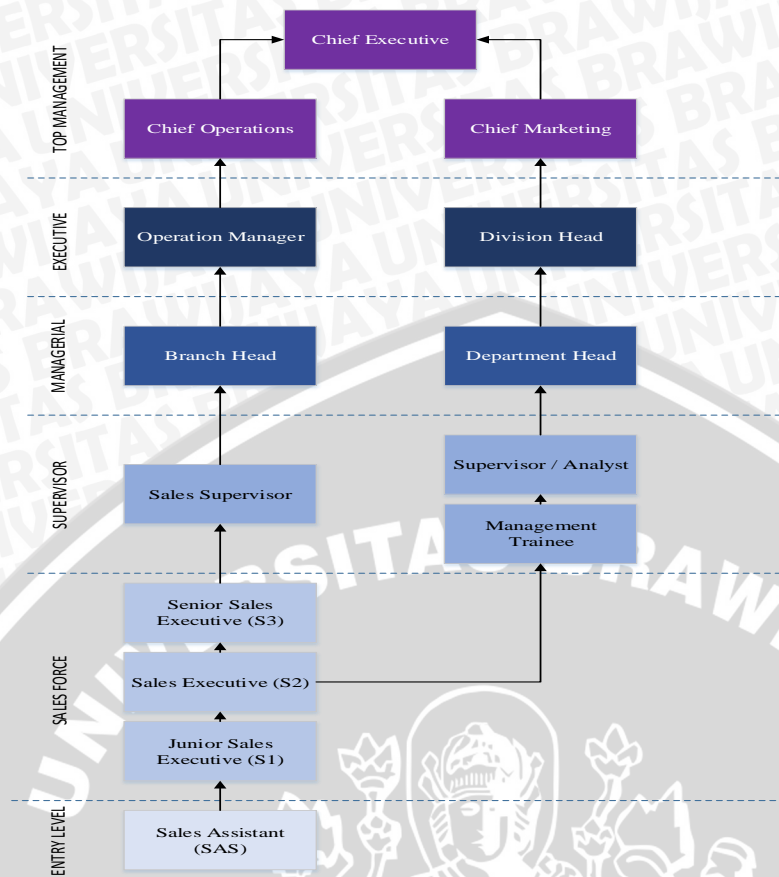
Berikut ini merupakan struktur organisasi dari Auto 2000 Cabang Sukun Malang pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1 Struktur organisasi Auto 2000  
Sumber: PT Astra International – Toyota Sales Operation

#### 4.1.3 Jenjang Karir *Salesman* di Auto 2000

Berikut ini merupakan jenjang karir di Auto 2000 pada Gambar 4.2.



Gambar 4.2 Jenjang karir SAS  
Sumber: Dokumen Internal Auto 2000 (2016)

Dalam Gambar 4.2 terlihat bahwa jenjang karir yang dimiliki oleh *salesman* di Auto 2000 memiliki jenjang karir yang jelas. Setelah melalui tahap *sales force*, *salesman* dapat memilih karir selanjutnya tetap sebagai *salesman* atau menjadi *management trainee*. Selain itu dari profesi *salesman* juga bisa berada dalam level *Top Management*, yaitu sebagai *Chief Executive*.

#### 4.2 Penentuan Jumlah Responden

Penentuan jumlah responden mengikuti jumlah populasi yang ada. Berdasarkan data mahasiswa yang didapatkan dari total tiga Universitas terbesar di Malang total populasi adalah 25.418 mahasiswa, terdiri dari 12.798 mahasiswa Universitas Brawijaya (UB), 6.573 mahasiswa Universitas Negeri Malang (UM), dan 6.047 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang (UMM). Jumlah responden yang dibutuhkan sebanyak 100 responden, dimana jumlah penentuan responden dapat dilihat pada subbab 3.3.2.

Penelitian ini menggunakan *proporionate stratified random sampling*, dimana jumlah sampel responden yang digunakan pada masing-masing universitas mengikuti proporsi dari

populasi masing-masing. Dengan melakukan pembagian berdasarkan proporsi, maka responden yang dibutuhkan untuk masing-masing universitas sebagai berikut.

- a.  $UB = \frac{12.798}{25.418} \times 100 = 50 \text{ responden}$
- b.  $UM = \frac{6.573}{25.418} \times 100 = 26 \text{ responden}$
- c.  $UMM = \frac{6.047}{25.418} \times 100 = 24 \text{ responden}$

### 4.3 Pembuatan Kuesioner

Pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan atas hasil penelitian sebelumnya yang dimuat dalam berbagai jurnal ilmiah. Variabel-variabel yang digunakan mengikuti teori yang ditemukan oleh Ajzen (2005). Dalam tabel 4.1 menunjukkan indikator-indikator yang digunakan untuk setiap variabel.

Tabel 4.1 Indikator Pertanyaan Kuesioner

No	Variabel	Variabel Operasional	Di adopsi dari
1	<i>Outcome evaluation</i>	Program kemitraan Auto 2000 memiliki jenjang karir yang baik	Ajzen, 2005
		Program kemitraan Auto 2000 memiliki pendapatan yang besar	Ajzen, 2005
2	<i>Behavior belief</i>	Saya yakin bekerja di Auto 2000 memiliki jenjang karir yang baik	Ajzen, 2005
		Saya yakin bekerja di Auto 2000 memiliki pendapatan yang besar	Ajzen, 2005
3	<i>Attitude towards the behavior</i>	Berpartisipasi di program kemitraan Auto 2000 akan menambah pengalaman saya	Ajzen, 2005
		Berpartisipasi di program kemitraan Auto 2000 adalah ide yang bijak	Ajzen, 2005
4	<i>Normative beliefs</i>	Saya rasa akan banyak teman saya yang bekerja di Auto 2000	Ajzen, 2005
		Orang tua saya yakin, bahwa Auto 2000 merupakan perusahaan dengan reputasi baik	Ajzen, 2005
5	<i>Motivation to comply</i>	Motivasi saya bekerja di Auto 2000 karena teman-teman saya	Ajzen, 2005
		Motivasi saya bekerja di Auto 2000 karena orang tua saya	Ajzen, 2005
6	<i>Subjective norm</i>	Teman saya akan mendukung saya mendaftar di program kemitraan Auto 2000	Ajzen, 2005
		Orang tua saya mendukung saya untuk berpartisipasi di program kemitraan Auto 2000	Ajzen, 2005
7	<i>Control belief</i>	Saya yakin kemampuan komunikasi saya sudah baik	Ajzen, 2005
		Saya yakin pengalaman yang saya miliki sudah baik	Ajzen, 2005

Tabel 4.1 Indikator Pertanyaan Kuesioner (Lanjutan)

No	Variabel	Variabel Operasional	Di adopsi dari
8	<i>Power of control factor</i>	Jika kemampuan komunikasi saya baik, akan membantu saya mengikuti program kemitraan Auto 2000	Ajzen, 2005
		Dengan pengalaman yang saya miliki, akan memudahkan saya mengikuti program kemitraan Auto 2000	Ajzen, 2005
9	<i>Perceived behavioural control</i>	Saya memiliki kualifikasi yang memadai untuk menjadi mitra Auto 2000	Ajzen, 2005
		Saya mampu menjadi mitra Auto 2000	Ajzen, 2005
10	<i>Intention</i>	Saya berencana berpartisipasi di program kemitraan Auto 2000	Ajzen, 2005
		Saya bermaksud untuk menjadi mitra penjual Auto 2000	Ajzen, 2005

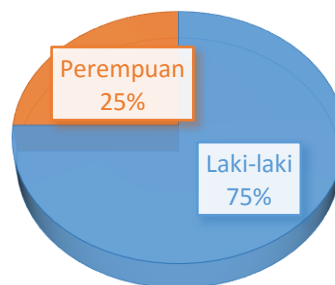
Detail kuesioner dapat dilihat pada lampiran 1. Dalam lampiran 1 terdapat detail kuesioner, dimana terdiri atas pertanyaan data diri responden dan pertanyaan variabel operasional yang digunakan.

#### 4.4 Profil Responden

Kuesioner disebarakan secara *online* sampai memenuhi jumlah kecukupan data, yaitu sebanyak 100 responden, setelah itu link pengisian *form online* dinonaktifkan. Detail profil responden dan rekap jawaban responden dapat dilihat pada Lampiran 2. Detail profil responden terdiri atas nama, usia, jenis kelamin, jurusan, semester, universitas, nomor *handphone*, dan email. Berikut ini merupakan profil dari responden.

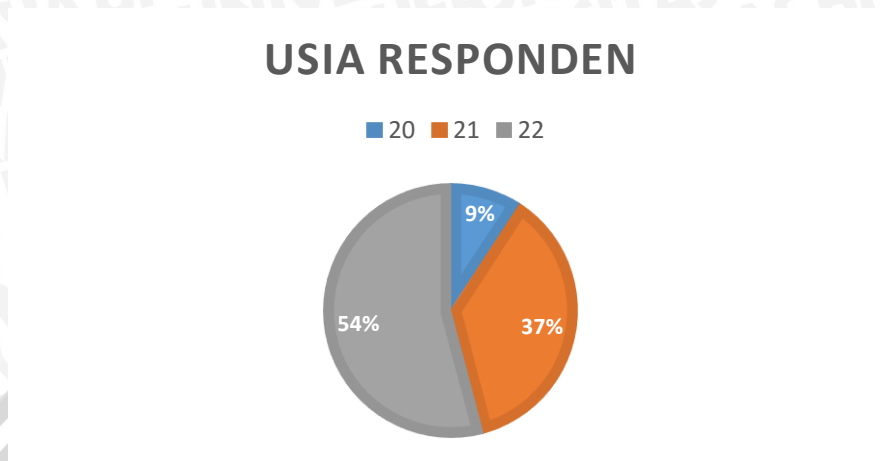
1. Berdasarkan jenis kelamin responden, sebanyak 75 responden adalah Laki-laki dan 25 responden perempuan. Adapun diagram jenis kelamin responden dapat dilihat pada Gambar 4.3.

#### JENIS KELAMIN RESPONDEN



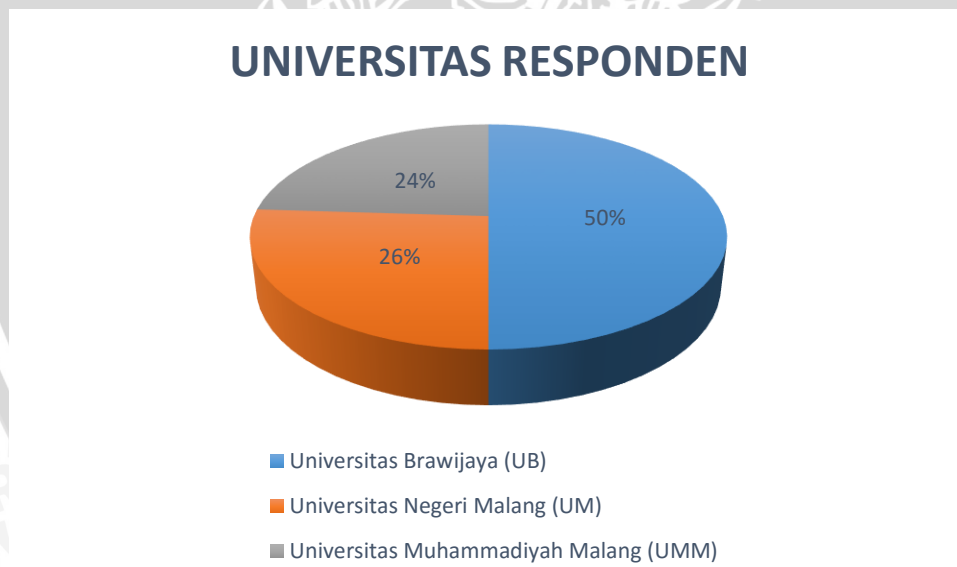
Gambar 4.3 Jenis kelamin responden

2. Berdasarkan usia responden, sebanyak sembilan responden berusia 20 tahun, 36 responden berusia 21 tahun dan 53 responden berusia 22 tahun. Adapun diagram usia responden dapat dilihat pada Gambar 4.4.



Gambar 4.4 Usia responden

3. Berdasarkan universitas responden, sebanyak 50 responden berasal dari Universitas Brawijaya, 26 responden berasal dari Universitas Negeri Malang dan 24 responden berasal dari Universitas Muhammadiyah Malang. Adapun diagram universitas responden dapat dilihat pada Gambar 4.5

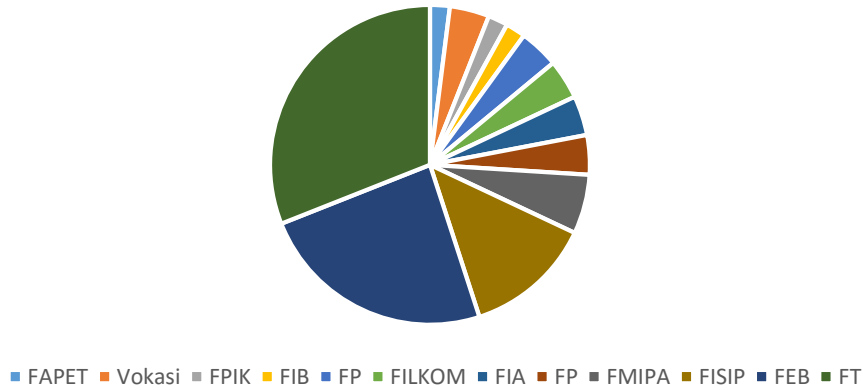


Gambar 4.5 Universitas responden

4. Berdasarkan fakultas responden, sebanyak 31 responden dari fakultas teknik, 24 responden dari fakultas ekonomi dan bisnis, 13 responden dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, enam responden dari Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Fakultas Pertanian, Ilmu Administrasi, Ilmu Komputer, Pendidikan, dan Vokasi masing-masing empat responden, dan Fakultas Ilmu Budaya, Perikanan dan Ilmu

Kelautan dan Peternakan masing-masing dua responden. Adapun diagram fakultas responden dapat dilihat pada Gambar 4.6

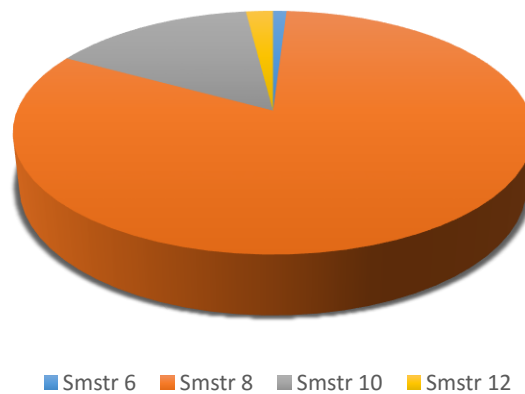
### FAKULTAS RESPONDEN



Gambar 4.6 Fakultas responden

- Berdasarkan semester kuliah responden, semester enam sebanyak satu responden, semester delapan sebanyak 82 responden, semester sepuluh sebanyak 15 responden, dan semester 12 sebanyak dua responden. Adapun diagram semester responden dapat dilihat pada Gambar 4.7

### SEMESTER RESPONDEN



Gambar 4.7 Jumlah semester responden

#### 4.5 Pengolahan Data

Dalam subbab ini akan dilakukan pengolahan data dengan menggunakan uji statistik validitas dan reliabilitas, statistik deskriptif.



#### 4.5.1 Uji Validitas Kuesioner

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana kuesioner telah sesuai dengan logika berpikir yang ingin dicapai pada setiap poin pertanyaan. Adapun *output* dari pengujian validitas dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 *Output* Uji Validitas Kuesioner Menggunakan SPSS

Butir Pertanyaan	Nilai r-hitung	Butir Pertanyaan	Nilai r-hitung
Pertanyaan 1	0.245	Pertanyaan 19	0.372
Pertanyaan 2	0.331	Pertanyaan 20	0.396
Pertanyaan 3	0.369	Pertanyaan 21	0.226
Pertanyaan 4	0.233	Pertanyaan 22	0.313
Pertanyaan 5	0.356	Pertanyaan 23	0.334
Pertanyaan 6	0.423	Pertanyaan 24	0.366
Pertanyaan 7	0.235	Pertanyaan 25	0.282
Pertanyaan 8	0.405	Pertanyaan 26	0.228
Pertanyaan 9	0.278	Pertanyaan 27	0.198
Pertanyaan 10	0.422	Pertanyaan 28	0.230
Pertanyaan 11	0.222	Pertanyaan 29	0.212
Pertanyaan 12	0.340	Pertanyaan 30	0.447
Pertanyaan 13	0.452	Pertanyaan 31	0.266
Pertanyaan 14	0.483	Pertanyaan 32	0.286
Pertanyaan 15	0.374	Pertanyaan 33	0.459
Pertanyaan 16	0.340	Pertanyaan 34	0.315
Pertanyaan 17	0.418	Pertanyaan 35	0.307
Pertanyaan 18	0.445	Pertanyaan 36	0.345

Berdasarkan nilai dari r-hitung, diketahui bahwa nilai dari butir pertanyaan memiliki nilai 0.198-0.483, sehingga nilai r-hitung  $>$  r-tabel (0.195). Dapat disimpulkan bahwa seluruh poin pertanyaan sudah tervalidasi. Untuk detail *output* SPSS dapat dilihat pada Lampiran 3.

#### 4.5.2 Uji Reliabilitas Kuesioner

Uji reliabilitas dilakukan terhadap setiap faktor penentu. Dimana terdapat 10 faktor penentu, yaitu: Intensi (3 poin pertanyaan), Sikap (3 poin pertanyaan), Norma Subjektif (3 poin pertanyaan), Kontrol perilaku yang diterima (3 poin pertanyaan), *Behaviour Beliefs* (4 poin pertanyaan), *Outcome Evaluation* (4 poin pertanyaan), *Normative Beliefs* (4 poin pertanyaan), *motivation to comply* (4 poin pertanyaan), *Control Belief* (4 poin pertanyaan), dan *Power of Control Factor* (4 poin pertanyaan). Pada Tabel 4.2 menunjukkan nilai *output* dari pengujian reliabilitas kuesioner dengan menggunakan SPSS.

Tabel 4.2 *Output Uji Reliabilitas Kuesioner Menggunakan SPSS*

Faktor Penentu	Nilai Cronbach's Alpha	Faktor Penentu	Nilai Cronbach's Alpha
Intensi	0.735	Outcome Evaluation	0.646
Sikap	0.687	Normative Beliefs	0.755
Norma Subjektif	0.630	Motivation to Comply	0.766
Kontrol Perilaku yang diterima	0.745	Control Beliefs	0.631
Behavioural Beliefs	0.790	Power of Control Factor	0.707

Berdasarkan nilai Tabel 4.2 diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha berada pada rentang 0.630 – 0.790, sehingga dapat disimpulkan bahwa poin pertanyaan dalam kuesioner reliabel atau dapat diandalkan. Untuk detail *output SPSS* dapat dilihat pada Lampiran 4.

#### 4.5.3 Pengukuran Nilai Intensi Berperilaku (*Behavioural Intention*)

Hasil pengukuran nilai *Behavioural Intention* didapatkan dari nilai setiap pertanyaan dijumlahkan untuk setiap responden, lalu dibuat nilai rata-ratanya. Pertanyaan yang termasuk dalam kelompok *Direct measure of behavioural intention* adalah nomor 8, 12, dan 16.

Dalam pengukuran intensi, nilai dari pengukuran yang didapatkan akan menunjukkan seberapa besar tingkat minat dari mahasiswa terhadap program kemitraan SAS di Auto 2000. Nilai pengukuran terbagi ke dalam 6 klasifikasi, yaitu sangat tinggi, tinggi, lemah tinggi, lemah rendah, rendah dan sangat rendah. Nilai pengukuran ini berlaku juga untuk pengukuran pada nilai sikap berperilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dapat diterima.

Rentang nilai untuk *behavioural intention* secara matematis dapat ditulis sebagai berikut:

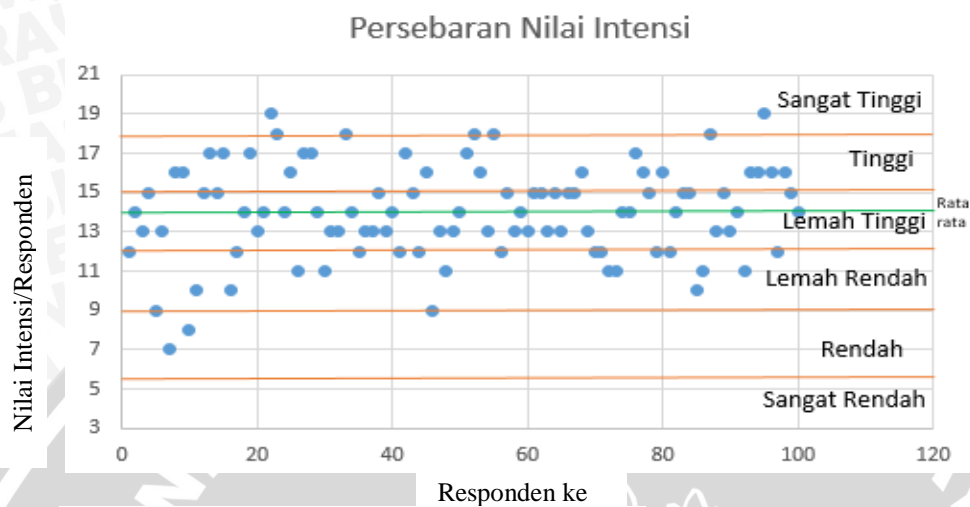
$$\text{Nilai Minimum} \leq \text{BI} \leq \text{Nilai Maksimum}$$

Dengan dasar penentuan nilai:

- Jumlah pertanyaan: tiga pertanyaan
- Skala yang digunakan: Likert (1 s/d 7)
- Nilai minimum =  $(1 \times 3) = 3$
- Nilai maksimum =  $(7 \times 3) = 21$

Sehingga rentang untuk nilai *behavioural intention* adalah  $3 \leq \text{BI} \leq 21$ .

Berdasarkan hasil perhitungan dari total 100 responden nilai *behavioural intention* responden sebesar 13.98, dimana termasuk dalam kategori lemah. Detail perhitungan mengenai *behavioural intention* dapat dilihat pada Lampiran 2. Gambar 4.8 merupakan persebaran data dari *behavioural intention*.



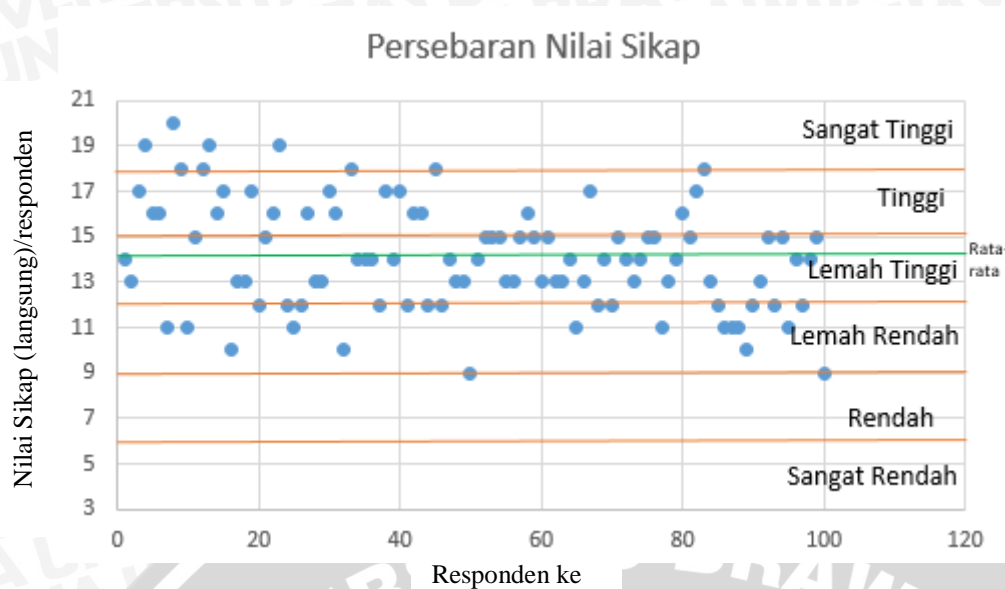
Gambar 4.8 Persebaran data dari intensi

#### 4.5.4 Pengukuran Nilai Sikap Berperilaku (*Attitude Towards the Behaviour*)

Pengukuran Sikap Berperilaku menggunakan dua cara, yaitu dengan *direct measured* dan *indirect measured*. Pengukuran langsung didapatkan dari nilai setiap pertanyaan dijumlahkan untuk setiap responden, lalu dibuat nilai rata-ratanya. Untuk poin pertanyaan langsung terdapat pada pertanyaan nomor 5, 9, dan 13. Sedangkan untuk pengukuran tidak langsung dengan menggunakan Rumus 2-1.

Dalam pengukuran sikap berperilaku, item dalam kuesioner digunakan untuk melihat sampai sejauh mana persepsi mengenai jenjang karir dan pendapatan yang besar mungkin akan didapatkan oleh responden ketika mendaftar dalam program kemitraan SAS di Auto 2000. Klasifikasi yang digunakan dalam pengukuran nilai sikap berperilaku sama dengan yang digunakan dalam pengukuran nilai intensi.

Rentang untuk pengukuran langsung sikap sama seperti langkah-langkah di subbab 4.3.3. Berdasarkan hasil perhitungan dari total 100 responden nilai sikap berperilaku responden sebesar 14.08, dimana termasuk dalam kategori lemah. Detail perhitungan mengenai sikap berperilaku dapat dilihat pada Lampiran 2. Gambar 4.9 merupakan mental model dari sikap.



Gambar 4.9 Persebaran data dari sikap

Sedangkan untuk pengukuran tidak langsung menggunakan rumus:

$$AB = \sum bi ei \quad (4-1)$$

Dengan

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

$bi$  : Skor *Behaviour Beliefs* untuk setiap pertanyaan (Pertanyaan nomor 1 – 4)

$ei$  : Skor *Outcome Evaluation* untuk setiap pertanyaan (Pertanyaan nomor 21 – 24)

Sehingga dasar untuk penentuan rentang sikap berperilaku secara matematis dapat ditulis sebagai berikut:

$$\text{Nilai Minimum} \leq \text{ATT} \leq \text{Nilai Maksimum}$$

Dengan dasar penentuan nilai:

- Jumlah pertanyaan : 4 pertanyaan
- Skala yang digunakan: Likert (1 s/d 7)
- Nilai minimum per responden =  $(1 \times 1) \times 4 = 4$
- Nilai maksimum per responden =  $(7 \times 7) \times 4 = 196$

Sehingga rentang untuk nilai sikap berperilaku dengan pengukuran tidak langsung adalah  $4 \leq \text{ATT} \leq 196$ .

Berdasarkan hasil perhitungan dari total 100 responden nilai sikap berperilaku responden sebesar 108.99, dimana termasuk dalam kategori lemah. Detail perhitungan mengenai sikap berperilaku dengan pengukuran tidak langsung dapat dilihat pada lampiran 2. Gambar 4.10 merupakan mental model dari sikap berperilaku dengan pengukuran tidak langsung.



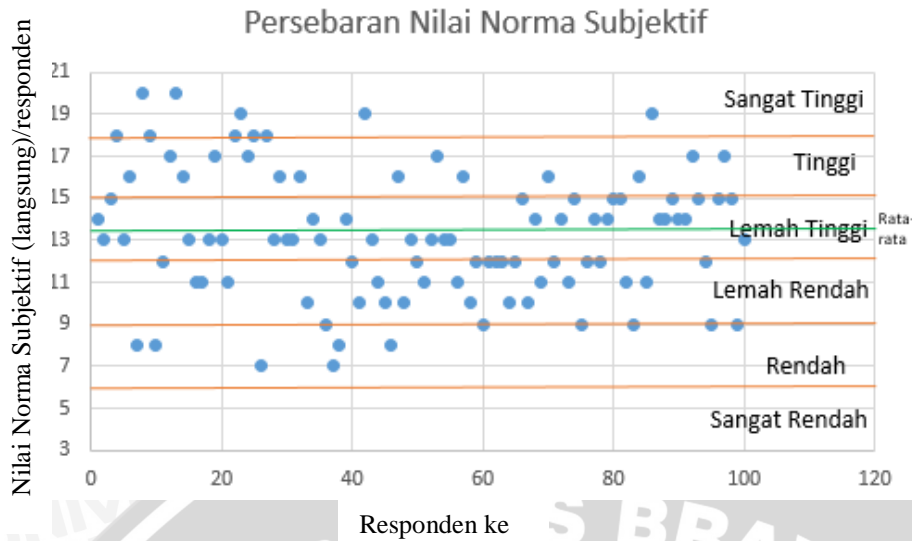
Gambar 4.10 Persebaran data dari sikap pengukuran tidak langsung

#### 4.5.5 Pengukuran Nilai Norma Subyektif (*Subjective Norm*)

Pengukuran norma subjektif menggunakan dua cara, yaitu dengan *direct measured* dan *indirect measured*. Pengukuran langsung didapatkan dari nilai setiap pertanyaan dijumlahkan untuk setiap responden, lalu dibuat nilai rata-ratanya. Untuk poin pertanyaan langsung terdapat pada pertanyaan nomor 6, 10 dan 14. Sedangkan untuk pengukuran tidak langsung dengan menggunakan Rumus 2-2.

Dalam pengukuran nilai norma subjektif, item dalam kuesioner menunjukkan sejauh mana pengaruh dari orang sekitar, yaitu orang tua dan teman untuk mempengaruhi responden dalam berpartisipasi di program kemitraan Auto 2000. Klasifikasi yang digunakan dalam pengukuran nilai norma subjektif sama dengan pengukuran nilai intensi.

Rentang untuk pengukuran langsung norma subjektif sama seperti langkah-langkah di subbab 4.3.3. Berdasarkan hasil perhitungan dari total 100 responden nilai norma subjektif responden sebesar 13.24, dimana termasuk dalam kategori lemah. Detail perhitungan mengenai norma subjektif dapat dilihat pada Lampiran 2. Gambar 4.11 merupakan mental model dari norma subjektif.



Gambar 4.11 Persebaran data dari norma subjektif

Sedangkan untuk pengukuran tidak langsung menggunakan rumus:

$$SN = \sum ni mi \quad (4-2)$$

Dengan :

SN : Total nilai *Subjective Norm* untuk setiap responden

$ni$  : Skor *Normative Beliefs* untuk setiap pertanyaan (Pertanyaan nomor 33 – 36)

$mi$  : Skor *Motivation to Comply* untuk setiap pertanyaan (Pertanyaan nomor 17 – 20)

Sehingga dasar untuk penentuan rentang norma subjektif secara matematis dapat ditulis sebagai berikut:

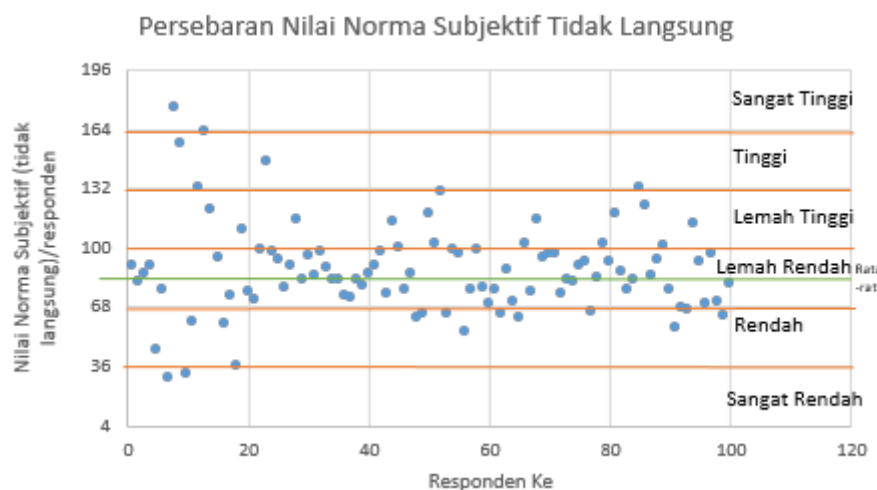
$$\text{Nilai Minimum} \leq SN \leq \text{Nilai Maksimum}$$

Dengan dasar penentuan nilai:

- Jumlah pertanyaan : 4 pertanyaan
- Skala yang digunakan: Likert (1 s/d 7)
- Nilai minimum =  $(1 \times 1) \times 4 = 4$
- Nilai maksimum =  $(7 \times 7) \times 4 = 196$

Sehingga rentang untuk nilai norma subjektif dengan pengukuran tidak langsung adalah  $4 \leq SN \leq 196$ .

Berdasarkan hasil perhitungan dari total 100 responden nilai norma subjektif responden sebesar 87.97, dimana termasuk dalam kategori lemah. Detail perhitungan mengenai norma subjektif dapat dilihat pada lampiran 2. Gambar 4.12 merupakan mental model dari norma subjektif.



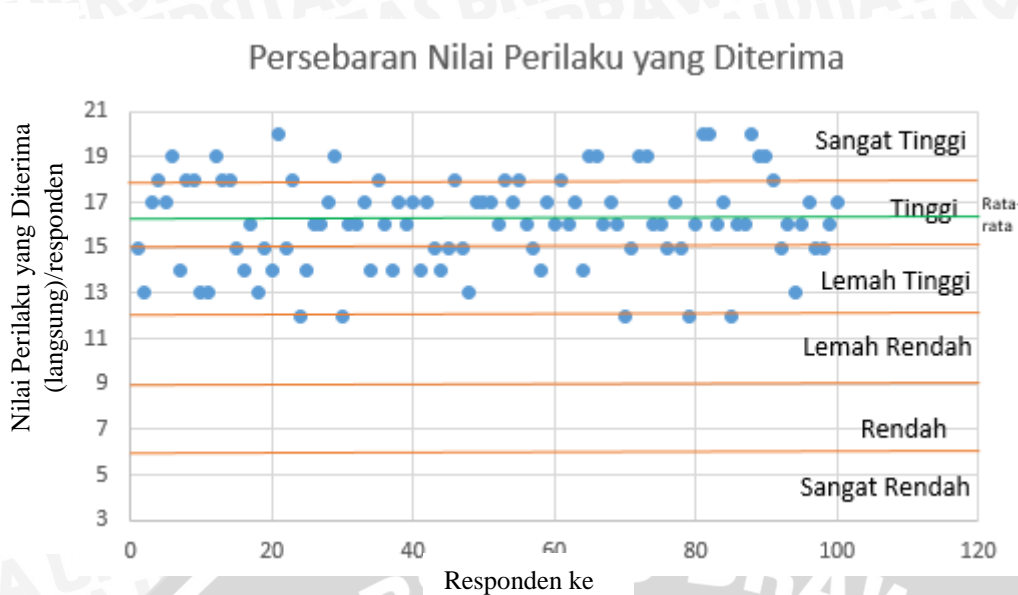
Gambar 4.12 Persebaran data dari norma subjektif pengukuran tidak langsung

#### 4.5.6 Pengukuran Nilai Kontrol Perilaku yang Dapat Diterima (*Perceived Behavioural Control*)

Pengukuran *perceived behavioral control* menggunakan dua cara, yaitu dengan *direct measured* dan *indirect measured*. Pengukuran langsung didapatkan dari nilai setiap pertanyaan dijumlahkan untuk setiap responden, lalu dibuat nilai rata-ratanya. Untuk poin pertanyaan langsung terdapat pada pertanyaan nomor 7, 11, dan 15. Sedangkan untuk pengukuran tidak langsung dengan menggunakan Rumus 2-3.

Penilaian yang dilakukan dalam pertanyaan di kuesioner mengenai pengukuran kontrol perilaku yang dapat diterima menunjukkan sejauh mana kemampuan yang dimiliki oleh responden, yaitu kemampuan komunikasi dan pengalaman di masa lalu mempengaruhi/mempermudah responden dalam meningkatkan minat responden untuk berpartisipasi dalam program kemitraan SAS di Auto 2000. Klasifikasi pengukuran yang digunakan sama pada klasifikasi intensi.

Rentang untuk pengukuran langsung kontrol perilaku yang diterima sama seperti langkah-langkah di subbab 4.3.3. Berdasarkan hasil perhitungan dari total 100 responden nilai *perceived behavioral control* responden sebesar 15.92, dimana termasuk dalam kategori tinggi. Detail perhitungan mengenai *perceived behavioral control* dapat dilihat pada Lampiran 2. Gambar 4.13 merupakan mental model dari *perceived behavioral control*.



Gambar 4.13 Persebaran data dari perilaku yang dapat diterima

Sedangkan untuk pengukuran tidak langsung menggunakan rumus:

$$PBC = \sum c_i p_i \quad (4-3)$$

Dengan :

PBC : Total nilai *Perceived Behavioural Control* untuk setiap responden

$c_i$  : Skor *Control Belief* untuk setiap pertanyaan (Pertanyaan nomor 25 - 28)

$p_i$  : Skor *Power of Control Factor* untuk setiap pertanyaan (Pertanyaan nomor 29-32)

Sehingga dasar untuk penentuan rentang *perceived behavioral control* secara matematis dapat ditulis sebagai berikut:

$$\text{Nilai Minimum} \leq PBC \leq \text{Nilai Maksimum}$$

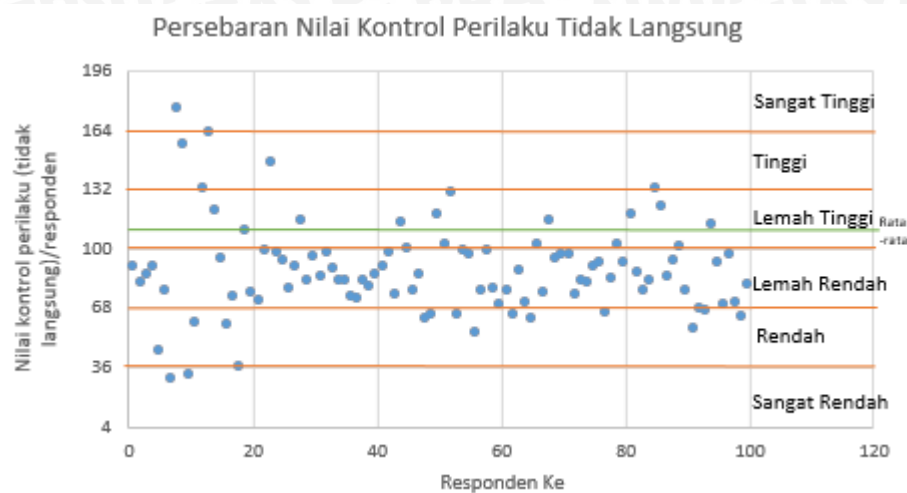
Dengan dasar penentuan nilai:

- Jumlah pertanyaan : 4 pertanyaan
- Skala yang digunakan: Likert (1 s/d 7)
- Nilai minimum =  $(1 \times 1) \times 4 = 4$
- Nilai maksimum =  $(7 \times 7) \times 4 = 196$

Sehingga rentang untuk nilai *perceived behavioral control* dengan pengukuran tidak langsung adalah  $4 \leq PBC \leq 196$ .

Berdasarkan hasil perhitungan dari total 100 responden nilai *perceived behavioral control* responden sebesar 108.27, dimana termasuk dalam kategori lemah. Detail perhitungan mengenai *perceived behavioral control* dapat dilihat pada Lampiran 2. Gambar 4.14 merupakan mental model dari *perceived behavioral control*.





Gambar 4.14 Persebaran data dari perilaku yang diterima tidak langsung

#### 4.6 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Dalam subbab ini akan dilakukan pembuatan analisis jalur untuk melihat dari faktor mana yang paling berpengaruh dalam penentuan intensi mahasiswa. Analisis jalur dipilih sebagai alat statistik yang digunakan karena model yang dibuat sudah memiliki dasar teori yang kuat, yaitu *theory of planned behavior*. Selain itu model yang dibuat dalam analisis jalur dari model intensi mahasiswa cenderung sederhana. Adapun hasil pengujian yang dilakukan dalam subbab ini dapat dilihat pada Lampiran 6.

##### 4.6.1 Analisis Korelasi

Korelasi digunakan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan antara 2 variabel atau lebih. Tabel 4.3 merupakan *output* dari uji korelasi pada masing-masing variabel.

Dari nilai koefisien korelasi pearson antara Intensi (ITT) dengan Sikap (ATT) bernilai  $0,40 < 0,599 < 0,70$  artinya korelasi yang cukup berarti. Nilai koefisien korelasi pearson antara Intensi (ITT) dengan Norma Subjektif (SN) bernilai  $0,40 < 0,435 < 0,70$  artinya korelasi yang cukup berarti. Nilai koefisien korelasi pearson antara Intensi (ITT) dengan Kontrol perilaku yang diterima (PBC) bernilai  $0,40 < 0,505 < 0,70$  artinya korelasi yang cukup berarti. Sedangkan antara Sikap (ATT) dengan Norma Subjektif (SN) bernilai  $0,20 < 0,220 < 0,40$  artinya korelasi rendah dan untuk Sikap (ATT) dengan Kontrol perilaku yang diterima (PBC) bernilai  $0,20 < 0,203 < 0,40$  artinya korelasi rendah. Untuk korelasi Norma Subjektif (SN) dengan Kontrol perilaku yang diterima (PBC) bernilai  $0,20 < 0,249 < 0,40$  artinya korelasi rendah.

Tabel 4.3 *Output Uji Korelasi*

		Correlations			
		ITT	ATT	SN	PBC
Pearson Correlation	ITT	1.000	.594	.435	.505
	ATT	.594	1.000	.220	.203
	SN	.435	.220	1.000	.249
	PBC	.505	.203	.249	1.000
Sig. (1-tailed)	ITT	.	.000	.000	.000
	ATT	.000	.	.014	.021
	SN	.000	.014	.	.006
	PBC	.000	.021	.006	.
N	ITT	100	100	100	100
	ATT	100	100	100	100
	SN	100	100	100	100
	PBC	100	100	100	100

## a. Hipotesis:

- Hipotesis untuk korelasi Intensi (ITT) dengan Sikap (ATT):  
 $H_0$ : tidak ada korelasi antara Intensi (ITT) dengan Sikap (ATT).  
 $H_1$ : ada korelasi antara Intensi (ITT) dengan Sikap (ATT).
- Hipotesis untuk korelasi Intensi (ITT) dengan Norma Subjektif (SN):  
 $H_0$ : tidak ada korelasi antara Intensi (ITT) dengan Norma Subjektif (SN).  
 $H_1$ : ada korelasi antara Intensi (ITT) dengan Norma Subjektif (SN).
- Hipotesis untuk korelasi Intensi (ITT) dengan Kontrol perilaku yang diterima (PBC):  
 $H_0$ : tidak ada korelasi antara Intensi (ITT) dengan Kontrol perilaku yang diterima (PBC).  
 $H_1$ : ada korelasi antara Intensi (ITT) dengan Kontrol perilaku yang diterima (PBC).
- Hipotesis untuk korelasi Sikap (ATT) dengan Norma Subjektif (SN):  
 $H_0$ : tidak ada korelasi antara Sikap (ATT) dengan Norma Subjektif (SN).  
 $H_1$ : ada korelasi antara Sikap (ATT) dengan Norma Subjektif (SN).
- Hipotesis untuk korelasi Sikap (ATT) dengan Kontrol perilaku yang diterima (PBC):  
 $H_0$ : tidak ada korelasi antara Sikap (ATT) dengan Kontrol perilaku yang diterima (PBC).

$H_1$ : ada korelasi antara Sikap (ATT) dengan Kontrol perilaku yang diterima (PBC).

6. Hipotesis untuk korelasi Norma Subjektif (SN) dengan Kontrol perilaku yang diterima (PBC):

$H_0$ : tidak ada korelasi antara Norma Subjektif (SN) dengan Kontrol perilaku yang diterima (PBC).

$H_1$ : ada korelasi antara Norma Subjektif (SN) dengan Kontrol perilaku yang diterima (PBC).

- b. Kriteria:

$H_0$  diterima jika nilai Sig. > 0,05

$H_0$  ditolak jika nilai Sig. < 0,05

- c. Kesimpulan:

1. Karena nilai Sig 0,000 (<0,05); maka  $H_0$  ditolak yang artinya ada korelasi antara Intensi (ITT) dengan Sikap (ATT).
2. Karena nilai Sig 0,000 (<0,05); maka  $H_0$  ditolak yang artinya ada korelasi antara Intensi (ITT) dengan Norma Subjektif (SN).
3. Karena nilai Sig 0,000 (<0,05); maka  $H_0$  ditolak yang artinya ada korelasi Intensi (ITT) dengan Kontrol perilaku yang diterima (PBC).
4. Karena nilai Sig 0,014 (<0,05); maka  $H_0$  ditolak yang artinya ada korelasi Sikap (ATT) dengan Norma Subjektif (SN).
5. Karena nilai Sig 0,021 (<0,05); maka  $H_0$  ditolak yang artinya ada korelasi Sikap (ATT) dengan Kontrol perilaku yang diterima (PBC).
6. Karena nilai Sig 0,006 (<0,05); maka  $H_0$  ditolak yang artinya ada korelasi Norma Subjektif (SN) dengan Kontrol perilaku yang diterima (PBC).

#### 4.6.2 Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam regresi harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum melakukan analisis jalur. Hal ini dikarenakan analisis jalur merupakan hasil pengembangan dari regresi. Berikut ini merupakan tahap-tahap uji asumsi klasik yang dilakukan.

##### 4.6.2.1 Pengujian Kenormalan Data

Pengujian kenormalan data untuk mengetahui data tersebut memiliki distribusi normal atau tidak. Pada tabel 4.4 merupakan *output* dari uji kenormalan data.

Tabel 4.4 *Output* Uji Kenormalan Data

		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		ATT	SN	PBC	ITT
N		100	100	100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	14.0800	13.2500	16.1300	13.9800
	Std. Deviation	2.38971	3.05298	2.00331	2.40782
	Absolute	.114	.093	.124	.094
Most Extreme Differences	Positive	.114	.093	.096	.088
	Negative	-.070	-.057	-.124	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		1.143	.926	1.241	.941
Asymp. Sig. (2-tailed)		.146	.357	.092	.339

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

*Output* akan diuji hipotesis mengenai apakah data tersebut memiliki distribusi normal atau tidak. Berikut merupakan uji hipotesisnya.

a. Sikap (ATT)

H<sub>0</sub>: Data sikap berdistribusi normal

H<sub>1</sub>: Data sikap tidak berdistribusi normal

b. Norma Subjektif (SN)

H<sub>0</sub>: Data norma subjektif berdistribusi normal

H<sub>1</sub>: Data norma subjektif tidak berdistribusi normal

c. Kontrol perilaku yang diterima (PBC)

H<sub>0</sub> : Data kontrol perilaku yang diterima berdistribusi normal

H<sub>1</sub> : Data kontrol perilaku yang diterima tidak berdistribusi normal

d. Intensi (ITT)

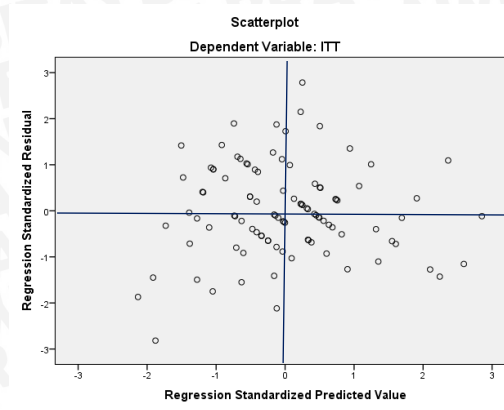
H<sub>0</sub>: Data intensi berdistribusi normal

H<sub>1</sub>: Data intensi tidak berdistribusi normal

H<sub>0</sub> diterima apabila sig  $\geq 0,05$  dan ditolak apabila sig  $< 0,05$ . Karena pada tabel 4.4 sikap memiliki nilai sig 0,146 ( $\geq 0,05$ ), sig norma subjektif 0,357 ( $\geq 0,05$ ), sig kontrol perilaku yang diterima 0,092 ( $\geq 0,05$ ), dan sig intensi 0,339 ( $\geq 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> diterima maka data sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang diterima dan intensi berdistribusi normal.

#### 4.6.2.2 Pengujian Homogenitas Varians

Homogenitas Varians diuji dengan menggunakan *scatterplot*. Pada Gambar 4.15 merupakan *output* dari pengujian homogenitas varians.

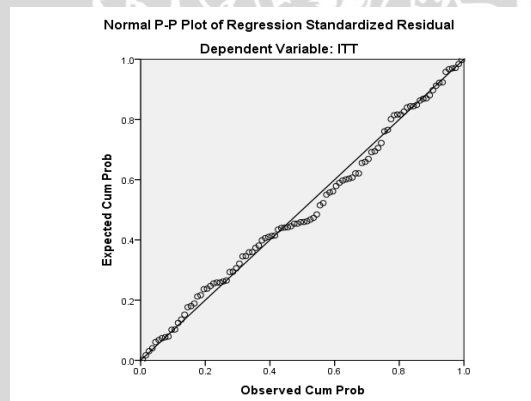


Gambar 4.15 Uji homogenitas varians

Pada Gambar 4.15 dapat dilihat bahwa titik-titik pada *scatterplot* tersebar di empat kuadran dan tidak membentuk pola, sehingga dapat dikatakan varians data tersebut homogen.

#### 4.6.2.3 Pengujian Linearitas Data

Pengujian asumsi linearitas merupakan salah satu asumsi yang harus dipenuhi. Pada Gambar 4.16 merupakan hasil dari uji linearitas data.



Gambar 4.16 *Output* uji linearitas data

Untuk mengetahui apakah data yang sedang diuji linear atau tidak, dapat dilihat berdasarkan *output* diatas. Data dikatakan linear jika persebaran datanya mendekati garis linear. Berdasarkan *output* diatas dapat diketahui bahwa persebaran datanya mendekati garis linear. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji merupakan bersifat linear.

#### 4.6.2.4 Pengujian Asumsi Multikolinearitas

Hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0.10 yang berarti tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF

lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi. Tabel 4.5 menunjukkan *output* multikolinieritas.

Tabel 4.5 *Output* Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	ATT	.928	1.078
	SN	.908	1.101
	PBC	.915	1.093

a. Dependent Variable: ITT

Hasil pengukuran terhadap *varian inflation factor* (VIF) hasilnya menunjukkan bahwa semua variabel pada model yang diajukan bebas dari multikolinieritas. Hal ini ditunjukkan pada nilai VIF yang berada di bawah 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0.10, sehingga dapat dikatakan bahwa persamaan tidak mengandung multikolinieritas.

#### 4.6.2.5 Pengujian Asumsi Autokorelasi

Autokorelasi digunakan untuk melihat apakah dalam model ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$ . Pengujian yang digunakan adalah dengan Uji Durbin-Watson. Pada tabel 4.6 menunjukkan *output* dari uji Durbin-Watson.

Tabel 4.6 *Output* Uji Durbin-Watson

Model Summary <sup>b</sup>	
Model	Durbin-Watson
1	1.745 <sup>a</sup>

a. Predictors: (Constant), PBC, ATT, SN

b. Dependent Variable: ITT

a. Menentukan formulasi hipotesis

$H_0$  = tidak ada autokorelasi dalam model regresinya

$H_1$  = ada autokorelasi dalam model regresinya

b. Menentukan kriteria pengujian

$H_0$  diterima apabila  $1.7364 (dU) < d < 2.2636(4 - dU)$

$H_1$  diterima apabila  $d \leq 1.7364 (dU) ; d \geq 2.2636 (4 - dU)$

c. Kesimpulan

Karena  $d = 1.745$ , berada diantara nilai  $dU$  dan  $4-dU$ , maka  $H_0$  diterima yang artinya tidak ada autokorelasi dalam model.

#### 4.6.3 Pengujian Secara Serentak (Uji F)

Diduga bahwa faktor pengaruh dari sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang diterima akan mempengaruhi intensi dalam menentukan karir di *salesman*. Tabel 4.7 merupakan *output* uji ANOVA untuk melihat keluaran

Tabel 4.7 *Output* Uji ANOVA

ANOVA <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	278.493	3	92.831	41.012	.000 <sup>b</sup>
	Residual	217.297	96	2.264		
	Total	495.790	99			

a. Dependent Variable: ITT

b. Predictors: (Constant), PBC, ATT, SN

Pada tabel analisis varians (Anova) ditampilkan hasil uji F yang dapat dipergunakan untuk menguji model apakah variabel faktor Sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang diterima secara simultan berpengaruh signifikan terhadap intensi. Pengujian dilakukan dengan Uji F, berikut merupakan hipotesis dan kriteria yang diuji.

##### 1. Hipotesis

$H_0$ : Tidak ada pengaruh dari sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap intensi.

$H_1$ : Ada pengaruh dari sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap intensi secara bersama-sama.

##### 2. Kriteria

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

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

Dari tabel 4.7 diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 41.012. Dengan tingkat signifikansi sebesar 5% dan  $df_1 = 3$  dan  $df_2 = 96$  maka nilai  $F_{tabel} = 2.70$ . Karena nilai  $F_{hitung}$  (41.012) > nilai  $F_{tabel}$  (2.70) maka  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang diterima secara simultan berpengaruh signifikan terhadap intensi.

#### 4.6.4 Pengujian Secara Individu (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat apakah variabel independen memang benar dapat mempengaruhi variabel dependen secara parsial. Tabel 4.8 merupakan *output* dari uji *coefficient*.

Tabel 4.8 *Output Uji Coefficients*  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1.060	1.489		-.712	.478		
1 ATT	.439	.066	.470	6.695	.000	.928	1.078
SN	.191	.055	.245	3.449	.001	.908	1.101
PBC	.425	.086	.349	4.939	.000	.915	1.093

a. Dependent Variable: ITT

Berikut ini merupakan pengambilan keputusan untuk uji hipotesis yang dari masing-masing faktor.

1. Sikap (ATT)

H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh dari sikap terhadap intensi.

H<sub>1</sub>: Ada pengaruh dari sikap terhadap intensi.

2. Norma Subjektif (SN)

H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh dari norma subjektif terhadap intensi.

H<sub>1</sub>: Ada pengaruh dari norma subjektif terhadap intensi.

3. Kontrol Perilaku yang Diterima (PBC)

H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh dari kontrol perilaku yang diterima terhadap intensi.

H<sub>1</sub>: Ada pengaruh dari kontrol perilaku yang diterima terhadap intensi.

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis diatas apakah H<sub>0</sub> diterima atau ditolak, dengan derajat bebas (n-k) dimana n adalah jumlah sampel, k adalah jumlah variabel. Derajat bebas yang digunakan adalah 97 dan taraf signifikansi 5%. Berikut ini merupakan kriteria yang digunakan untuk pengujian.

1. H<sub>0</sub> diterima jika  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$

2. H<sub>0</sub> ditolak jika  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$

Berikut ini merupakan pengujiannya.

1. Sikap (ATT)

Berdasarkan analisis data uji parsial, diketahui  $t$  hitung sikap (6.695) > dari  $t$  tabel (1.98472) atau  $sig.(0,000) < \alpha (0,05)$  adalah signifikan pada taraf signifikasi 5%, dengan demikian H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan bahwa faktor sikap secara parsial berhubungan secara signifikan dengan intensi.

2. Norma Subjektif (SN)



Berdasarkan analisis data uji parsial, diketahui  $t$  hitung sikap (3.449) > dari  $t$  tabel (1.98472) atau  $\text{sig.}(0,001) < \alpha (0,05)$  adalah signifikan pada taraf signifikansi 5%, dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan bahwa faktor norma subjektif secara parsial berhubungan secara signifikan dengan intensi.

### 3. Kontrol Perilaku yang Diterima (PBC)

Berdasarkan analisis data uji parsial, diketahui  $t$  hitung sikap (4.939) > dari  $t$  tabel (1.98472) atau  $\text{sig.}(0,000) < \alpha (0,05)$  adalah signifikan pada taraf signifikansi 5%, dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan bahwa faktor kontrol perilaku yang diterima secara parsial berhubungan secara signifikan dengan intensi. Pada tabel 4.9 merupakan hasil ringkasan dari uji  $t$  pada masing-masing faktor.

Tabel 4.9 Pengujian Secara Individu

No	Hipotesis	Koefisien Jalur	t-hitung	t-tabel	Kesimpulan
1	Tidak terdapat pengaruh dari sikap terhadap intensi	0.470	6.695	1.98472	<b><math>H_0</math> ditolak</b>
2	Tidak terdapat pengaruh dari norma subjektif terhadap intensi	0.245	3.449	1.98472	<b><math>H_0</math> ditolak</b>
3	Tidak terdapat pengaruh dari kontrol perilaku yang diterima terhadap intensi	0.349	4.939	1.98472	<b><math>H_0</math> ditolak</b>

#### 4.6.5 Persamaan Analisis Jalur

Dalam penentuan pengaruh variabel penelitian secara keseluruhan didapat nilai koefisien jalur dari penjumlahan seluruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Nilai koefisien jalur variabel faktor internal dan faktor eksternal terhadap intensi mahasiswa terhadap profesi *salesman* diolah dengan menggunakan bantuan software SPSS 20. Tabel 4.10 merupakan hasil dari pengolahan koefisien jalur.

Tabel 4.10 Koefisien Jalur dari Masing-masing Faktor

Faktor Berpengaruh	Nilai Koefisien
<b>Sikap (<math>P_{yx1}</math>)</b>	0.470
<b>Norma Subjektif (<math>P_{yx2}</math>)</b>	0.245
<b>Kontrol Perilaku yang Diterima (<math>P_{yx3}</math>)</b>	0.349

Sehingga persamaan analisis jalur yang terbentuk adalah sebagai berikut:

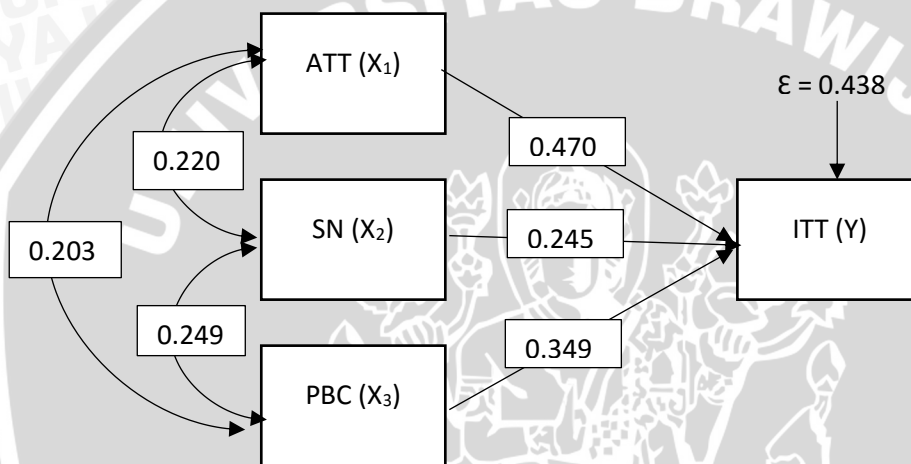
$$Y = (P_{yx1}) X_1 + (P_{yx2}) X_2 + (P_{yx3}) X_3 + \varepsilon$$

$$Y = 0.470 X_1 + 0.245 X_2 + 0.349 X_3 + \varepsilon$$

#### 4.6.6 Diagram Analisis Jalur

Analisis jalur digunakan untuk mengetahui pada variabel mana yang mempengaruhi intensi terbesar baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Dengan mengetahui variabel total yang berpengaruh, maka akan dilakukan intervensi secara langsung pada variabel tersebut dalam program intervensi.

Pada Gambar 4.17 merupakan diagram jalur yang sesuai dengan koefisien pada setiap faktornya. Nilai jalur yang ada pada antar variabel bebas merupakan hasil dari pengujian korelasi antar masing variabel yang terdapat pada Tabel 4.3. Sedangkan nilai jalur pada masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat merupakan nilai *coefficients beta* yang terdapat pada Tabel 4.8.



Gambar 4.17 Jalur masing-masing faktor

Berdasarkan Gambar 4.17, dapat diketahui bahwa Faktor Sikap (X<sub>1</sub>), Faktor Norma Subjektif (X<sub>2</sub>), dan Faktor Kontrol Perilaku yang Diterima (X<sub>3</sub>) merupakan tiga buah variabel eksogen yang satu dengan yang lainnya mempunyai kaitan korelatif. Selain itu, variabel eksogen tersebut secara bersama-sama X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan X<sub>3</sub> mempengaruhi variabel endogen Intensi (Y). Berikut adalah perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung dari setiap variabel.

Dari tabel 4.11 dapat diketahui bahwa pengaruh langsung variabel Faktor Sikap (X<sub>1</sub>) terhadap Intensi (Y) adalah sebesar 0.221 atau 22.1% dan pengaruh tidak langsung melalui Faktor Norma Subjektif (X<sub>2</sub>) dan Kontrol Perilaku yang Diterima (X<sub>3</sub>) adalah 0.058 atau 5.8%. Sehingga total pengaruh yang diberikan oleh Sikap adalah 0.280 atau 28%.

Tabel 4.11 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung  $X_1$  terhadap Y

Pengaruh langsung dan tidak langsung			Besar Kontribusi
<b>X1 langsung</b>	$py_{x1.pyx1}$	$(0.470)*(0.470)$	0.221
<b>X1 melalui X2</b>	$py_{x1.rx1x2.pyx2}$	$(0.470)*(0.220)*(0.245)$	0.025
<b>X1 melalui X3</b>	$py_{x1.rx1x3.pyx3}$	$(0.470)*(0.203)*(0.349)$	0.033
<b>Total Pengaruh X1 terhadap Y</b>			0.280

Dari tabel 4.12 diketahui bahwa pengaruh langsung variabel Faktor Norma Subjektif ( $X_2$ ) terhadap Intensi (Y) adalah sebesar 0.060 atau 6% dan pengaruh tidak langsung melalui Faktor Sikap ( $X_1$ ) dan Kontrol Perilaku yang Diterima ( $X_3$ ) adalah 0.046 atau 4.6%. Sehingga total pengaruh yang diberikan oleh Norma Subjektif adalah 0.107 atau 10.7%.

Tabel 4.12 Pengaruh langsung dan tidak langsung  $X_2$  terhadap Y

Pengaruh langsung dan tidak langsung			Besar Kontribusi
<b>X2 langsung</b>	$py_{x2.pyx2}$	$(0.245)*(0.245)$	0.060
<b>X2 melalui X1</b>	$py_{x2.rx1x2.pyx1}$	$(0.245)*(0.220)*(0.470)$	0.025
<b>X2 melalui X3</b>	$py_{x2.rx2x3.pyx3}$	$(0.245)*(0.249)*(0.349)$	0.021
<b>Total Pengaruh X2 terhadap Y</b>			0.107

Dari tabel 4.13 dapat diketahui bahwa pengaruh langsung variabel Faktor Kontrol Perilaku yang Diterima ( $X_3$ ) terhadap Intensi (Y) adalah sebesar 0.122 atau 12.2% dan pengaruh tidak langsung melalui Faktor Sikap ( $X_1$ ) dan Norma Subjektif ( $X_2$ ) adalah 0.054 atau 5.4%. Sehingga total pengaruh yang diberikan oleh Kontrol Perilaku yang Diterima adalah 0.176 atau 17.6%.

Tabel 4.13 Pengaruh langsung dan tidak langsung  $X_3$  terhadap Y

Pengaruh langsung dan tidak langsung			Besar Kontribusi
<b>X3 langsung</b>	$py_{x3.pyx3}$	$(0.349)*(0.349)$	0.122
<b>X3 melalui X1</b>	$py_{x3.rx3x1.pyx1}$	$(0.349)*(0.203)*(0.470)$	0.033
<b>X3 melalui X2</b>	$py_{x3.rx3x2.pyx2}$	$(0.349)*(0.249)*(0.245)$	0.021
<b>Total Pengaruh X3 terhadap Y</b>			0.176

Berikut ini merupakan total pengaruh dari *theory of planned behaviour* terhadap intensi dalam memilih karir sebagai *salesman*.

Pengaruh total:  $P_{yxi} + \sum P_{yxi} \cdot r_{xixj} + P_{yxj}$

Pengaruh total  $X_1 = 0.280$

Pengaruh total  $X_2 = 0.107$

Pengaruh total  $X_3 = 0.176$

Maka pengaruh total  $X_1, X_2,$  dan  $X_3 = 0.280 + 0.107 + 0.176 = 0.563$

Tabel 4.14 Model Summary

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.749 <sup>a</sup>	.562	.548	1.504	1.728

a. Predictors: (Constant), PBC, ATT, SN

b. Dependent Variable: ITT

Pada tabel 4.14, didapat satu model analisis jalur dengan nilai koefisien korelasi parsial (R) sebesar 0.749, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.562 (56.2%). Nilai R Square sebesar 56.2%, ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model analisis jalur yang didapatkan dimana variabel eksogen yaitu Sikap (X1), Norma Subjektif (X2) dan Kontrol Perilaku yang Diterima (X3), memiliki pengaruh terhadap variabel Intensi (Y) sebesar 56.2%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 56.2\% = 43.8\%$ ) adalah kemungkinan terdapat aspek-aspek lain yang memiliki pengaruh terhadap perubahan variabel Intensi (Y). Hal ini sesuai dengan nilai error yang muncul pada path di atas yaitu sebesar 0.438.

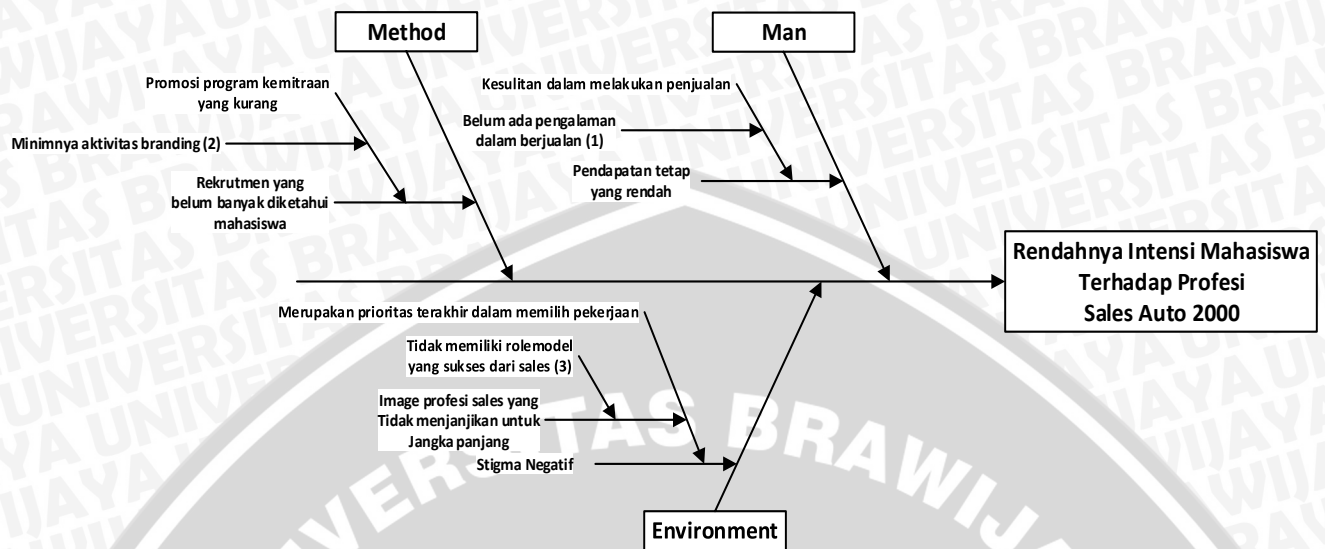
#### 4.7 Desain Program Intervensi

Program intervensi dibuat untuk mengarahkan responden agar bisa meningkatkan intensi untuk berpartisipasi dalam program kemitraan di Auto 2000. Program intervensi yang dibuat akan menyesuaikan akar permasalahan yang menjadi rendahnya minat responden profesi salesman dan juga memberikan pengaruh pada Sikap responden.

##### 4.7.1 Analisis Penyebab Rendahnya Minat Terhadap Profesi Sales

Menganalisis penyebab rendahnya minat terhadap profesi sales dengan menggunakan bantuan *fishbone diagram*. Berikut ini merupakan hasil analisis mengenai rendahnya minat terhadap profesi sales dengan metode *in-depth* interview pada mahasiswa dan *brainstorming* dengan perwakilan Auto 2000 Bapak Edwin Suryahendarta (Human Capital Services Dept. Head Auto 2000). Dalam Gambar 4.18 Penyebab rendahnya minat terhadap profesi sales

dibagi kedalam 3 aspek, yaitu dari segi individu (*man*), metode perekrutan (*method*) dan lingkungan (*environment*).



Gambar 4.18 Fishbone diagram rendahnya intensi mahasiswa terhadap profesi sales

Dari aspek individu (*man*), kebanyakan orang memperlmasalahkan pendapatan tetap yang rendah dari program kemitraan Auto 2000. Pendapatan tetap yang diperoleh dari program kemitraan Auto 2000 hanya sekitar Rp 1.500.000,00 – Rp 2.000.000,00, bergantung dari upah minimum regional yang berlaku di masing-masing daerah. Padahal pendapatan dapat menjadi lebih tinggi jika seandainya berhasil melakukan penjualan mobil. Jika melakukan penjualan, potensi komisi rata-rata yang didapatkan Rp 2.000.000,00/unit kendaraan. Penjualan mobil sulit dilakukan karena belum memiliki pengalaman dalam berjualan sebelumnya.

Dari aspek metode perekrutan (*method*), ternyata proses rekrutmen belum banyak diketahui oleh mahasiswa. Pada awal program kemitraan ini berjalan, Auto 2000 Sukun hanya mengumumkan mengenai program kemitraan ini kepada calon-calon karyawan yang ada di *database* Auto 2000 Sukun. Promosi program kemitraan kurang dilakukan, tidak memasang iklan dan informasi di media masa. Padahal program kemitraan Auto 2000 termasuk terobosan program baru yang butuh banyak promosi. *Branding* mengenai program kemitraan Auto 2000 juga tidak dilakukan, sehingga peminatnya menjadi semakin sedikit.

Dari aspek lingkungan (*environment*), intensi yang rendah disebabkan *stigma negatif* pada profesi salesman. Hal ini terjadi karena profesi *salesman* yang dipandang sebagai prioritas terakhir dalam memilih pekerjaan karena tidak menjanjikan untuk jangka panjang. Tidak menjanjikan dalam jangka panjang disebabkan banyaknya orang-orang yang gagal

sehingga menimbulkan persepsi tersebut. *Image* profesi *salesman* yang tidak menjanjikan disebabkan karena tidak memiliki/mengetahui orang-orang yang sukses dari dunia *sales*. Padahal *Chief Executive Officer* (CEO) di Auto 2000, Bapak Agus Prayitno merupakan salah satu orang yang mengawali karir sebagai *salesman* di Auto 2000.

Berdasarkan *fishbone diagram*, diketahui bahwa rendahnya intensi mahasiswa terhadap program kemitraan Auto 2000 karena kurangnya pengalaman dalam berjualan, minimnya aktivitas *branding* yang dilakukan oleh Auto 2000 dan tidak memiliki *rolemodel* dalam dunia *sales*. Selanjutnya akan dibuat pemilihan alternatif program intervensi untuk mengatasi penyebab rendahnya intensi tersebut.

#### 4.7.2 Pemilihan Alternatif Program Intervensi

Untuk mendapatkan program alternatif terpilih, maka akan menggunakan beberapa program alternatif yang mungkin dapat dilakukan. Tabel 4.15 merupakan pilihan program alternatif dan analisa *pugh* dari masing-masing alternatif. Kriteria pemilihan didapatkan dari hasil analisis jalur dan akar permasalahan dari *fishbone* diagram.

Tabel 4.15 PUGH Matrix Konsep Program Intervensi

Kriteria Pemilihan	Konsep Program Intervensi				
	REFERENCE	A	B	C	D
	Program Perekrutan Langsung	Promosi Program Melalui Sosial Media	Program Pengenalan Pengembangan Karir di Auto 2000	Program Magang di Auto 2000	Kerjasama pembuatan kurikulum di Universitas
Menambah Pengalaman	0	0	+	+	+
Meningkatkan Branding	0	+	+	-	+
Pengenalan Profile Role Model	0	+	+	+	0
Batasan Budget (< 10 juta)	0	+	0	+	-
Peserta yang terlibat (target 100 orang)	0	+	+	-	+
Memberikan pengaruh intervensi terhadap sikap	0	+	+	+	+
Jumlah +	0	5	5	4	4
Jumlah 0	5	1	1	0	1
Jumlah -	0	0	0	2	1
Score	0	5	5	2	3
Rank	5	2	1	4	3
Dilanjutkan?	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak

Program intervensi yang dilakukan saat ini adalah dengan melakukan perekrutan langsung. Pada saat sebelum calon *salesman* mendaftar, perusahaan akan mengadakan

pengenalan program *salesman* yang ada, meliputi hak dan kewajiban karyawan selama menjadi *salesman*. Selanjutnya pelamar yang ingin melanjutkan proses seleksi bisa tetap berada diruangan, namun jika ada pelamar yang merasa tidak sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya bisa langsung meninggalkan ruangan. Program perekrutan langsung dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penilaian dengan menggunakan *pugh matrix*.

Beberapa pilihan program intervensi yang ingin dipilih adalah promosi program melalui media sosial, program pengenalan dan pengembangan karir di Auto 2000, program magang di Auto 2000, dan kerjasama dalam pembuatan kurikulum di Universitas. Masing-masing program dibandingkan dengan menggunakan *pugh matrix* di Tabel 4.15.

Nilai positif (+) dalam *pugh matrix* menunjukkan bahwa konsep program intervensi memiliki pengaruh yang lebih baik jika dibandingkan dengan referensi. Nilai negatif (-) menunjukkan bahwa konsep program intervensi memiliki pengaruh yang lebih buruk jika dibandingkan dengan referensi. Sedangkan nilai nol (0) pada program intervensi menunjukkan bahwa program intervensi memiliki pengaruh yang sama dengan referensi.

Konsep program intervensi dengan nilai tertinggi adalah promosi program melalui sosial media dan program pengenalan pengembangan karir di Auto 2000. Hal ini disebabkan dalam kedua program tersebut berpengaruh secara positif pada branding perusahaan, dapat juga mengenalkan *role model* sukses dari *salesman* dan peserta yang terlibat dapat melebihi 100 orang. Perbedaan dari kedua program intervensi ada pada penilaian menambah pengalaman, dimana program pengenalan pengembangan karir mendapat nilai positif dan batasan budget, dimana promosi program melalui sosial media mendapatkan nilai positif.

Dua program intervensi terpilih dari PUGH dilakukan penyeleksian kembali untuk mengetahui program intervensi mana yang memberikan pengaruh lebih baik pada intensi mahasiswa dengan menggunakan *scoring method*. Pada tahap ini, tim memberikan bobot relatif untuk setiap kriteria seleksi dan memfokuskan pada hasil perbandingan yang lebih baik dengan penekanan setiap kriteria (Ulrich, 2001:139). Tabel 4.16 merupakan tabel *scoring method* nilai NB merupakan penilaian dari persentase bobot dikalikan dengan nilai R. Dari tabel *scoring* metode yang memberikan peringkat tertinggi adalah program intervensi B.

Tabel 4.16 Scoring Method

Kriteria Pemilihan	Bobot	Konsep Program Intervensi			
		A		B	
		Promosi Program Melalui Sosial Media		Program Pengenalan Pengembangan Karir di Auto 2000	
		(Reference)			
		R	NB	R	NB
Menambah Pengalaman	11%	3	0.33	4	0.44
Meningkatkan Branding	22%	4	0.88	4	0.88
Pengenalan Profile Role Model	17%	3	0.51	4	0.68
Batasan Budget ( < 10 juta)	11%	5	0.55	3	0.33
Peserta yang terlibat (target 100 orang)	11%	5	0.55	4	0.44
Memberikan pengaruh intervensi terhadap sikap	28%	3	0.84	5	1.4
Total Nilai ( $\sum$ NB)		3.66		4.17	
Peringkat		2		1	

Konsep terpilih program pengenalan pengembangan karir di Auto 2000 selanjutnya dilakukan konfirmasi persetujuan dari pihak perusahaan. Setelah program pengenalan pengembangan karir di Auto 2000 mendapatkan persetujuan dari pihak perusahaan, dilakukan konsep program yang lebih mendetail untuk diimplementasikan.

#### 4.8 Implementasi Program Intervensi

Program intervensi terpilih yaitu dengan Program Pengenalan Pengembangan Karir di Auto 2000 dengan tema “*A Bright Career in Auto 2000*”. Program intervensi dilaksanakan pada tanggal 9 Mei 2016 di Aula UPKK Universitas Brawijaya Malang. Responden yang diundang sebanyak 100 orang, namun yang dapat hadir hanya sebanyak 63 orang. Di dalam program intervensi ini terdiri atas beberapa proses intervensi yang dilakukan, yaitu.

1. Memunculkan persepsi baru mengenai dunia kerja. Persepsi baru dunia kerja dibangun dengan membuat sesi diskusi mengenai persepsi responden pada dunia kerja yang diharapkan. Selanjutnya dari Kepala Cabang Auto 2000 Sukun memberikan pengetahuan mengenai kondisi dunia kerja saat ini, sehingga yang dibutuhkan saat ini adalah kesempatan untuk berkarir. Gambar 4.19 merupakan dokumentasi dari sesi diskusi.





Gambar 4.19 Sesi diskusi dunia kerja  
Sumber: Dokumentasi Auto 2000, 2016

2. Membuat persepsi mengenai jenjang karir yang jelas di Auto 2000 dengan *testimony sharing* dari Kepala Cabang Auto 2000 Sukun. Dalam sesi ini Kepala Cabang memberikan informasi mengenai perjalanan karir yang akan dilalui sebagai seorang *salesman* di Auto 2000. Gambar 4.20 merupakan dokumentasi dari sesi *testimony sharing* Kepala Cabang



Gambar 4.20 Sesi *testimony sharing* Kepala Cabang  
Sumber: Dokumentasi Auto 2000, 2016

3. Membuat persepsi mengenai pendapatan yang besar dengan *testimony sharing* dari *salesman* Auto 2000 Sukun. *Salesman* Auto 2000 Sukun memberikan penjelasan mengenai pendapatan yang didapatkan selama menjadi *salesman*. Diharapkan dari sesi ini, persepsi mengenai pendapatan besar dari *salesman* dapat dibentuk. Gambar 4.21 merupakan dokumentasi dari sesi *testimony sharing salesman*.



Gambar 4.21 Sesi *testimony sharing salesman*  
Sumber: Dokumentasi Auto 2000, 2016

#### 4.9 Uji Perbedaan Intensi Setelah Program Intervensi

Untuk menguji perbedaan sebelum dan setelah program intervensi, maka dilakukan analisa data statistik, yaitu menggunakan uji t. Pada Lampiran 8 dapat dilihat mengenai profil responden dan rekap hasil pengisian kuesioner. Uji t yang digunakan adalah *Welch's t-test* karena jumlah sampel yang diukur memiliki jumlah yang berbeda. Dalam penyebaran kuesioner pertama, diketahui bahwa total responden yang didapatkan sebanyak 100 responden, namun karena pada saat pelaksanaan program intervensi terdapat responden yang berhalangan hadir menyebabkan jumlah sampel responden menjadi berbeda, yaitu 63 responden. *Welch's t-test* lebih reliabel digunakan ketika terdapat dua sampel yang memiliki varians dan jumlah sampel yang berbeda (Ruxton, 2006:689). Tabel 4.17 menunjukkan *output* dari Welch dan Brown-Forsythe.

Tabel 4.17 *Output Welch dan Brown-Forsythe t-test*

Robust Tests of Equality of Means				
Intensi	Statistic <sup>a</sup>	df1	df2	Sig.
Welch	4.861	1	124.517	.029
Brown-Forsythe	4.861	1	124.517	.029

a. Asymptotically F distributed.

Berikut ini merupakan pengujian hipotesis yang digunakan untuk melihat signifikansi dari perbedaan yang ada.

##### 1. Hipotesis

$H_0$ : Tidak ada perbedaan yang signifikan dari responden yang tidak mengikuti program intervensi dengan responden yang mengikuti program intervensi.

$H_1$ : Ada perbedaan yang signifikan dari responden yang tidak mengikuti program intervensi dengan responden yang mengikuti program intervensi.

##### 2. Kriteria

Jika  $\text{Sig} (p) < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak

Jika  $\text{Sig} (p) > 0.05$ , maka  $H_0$  diterima

##### 3. Kesimpulan

Berdasarkan nilai dari pengujian hipotesis yang ada,  $H_0$  ditolak atau ada perbedaan yang signifikan antara responden yang tidak mengikuti program intervensi dengan responden yang mengikuti program intervensi

#### 4.10 Analisis dan Pembahasan

Kuesioner disebar secara online sampai mendapatkan 100 orang responden. Dari 100 orang responden yang ada, dilakukan *proportionate stratified random sampling*, dimana 50 responden merupakan mahasiswa dari Universitas Brawijaya, 26 mahasiswa dari Universitas Negeri Malang dan 24 mahasiswa dari Universitas Muhammadiyah Malang. Responden yang terkumpul lebih diutamakan responden laki-laki, sehingga jumlah responden menjadi 75 mahasiswa laki-laki dan 25 mahasiswa perempuan. Hal ini dikarenakan berdasarkan hasil interview dengan Ibu Patricia Jane (*Human Capital Analyst* dari Auto 2000), *success rate* terhadap profesi *salesman* lebih tinggi pada calon laki-laki meskipun tidak menutup kemungkinan dari perempuan.

Pertanyaan-pertanyaan yang tercantum dalam kuesioner terdiri atas pertanyaan langsung dan pertanyaan tidak langsung dari pembentuk intensi, dimana terdiri atas 3 faktor yaitu sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang diterima. Sedangkan faktor pembentuk sikap yaitu *outcome evaluation* dan *behavioural beliefs*, pembentuk norma subjektif adalah *normative beliefs* dan *motivation to comply*, pembentuk kontrol perilaku yang diterima *power of control factor* dan *control beliefs*.

Dalam pertanyaan langsung intensi, digunakan kalimat yang bertanya mengenai minat/niat untuk mengikuti program kemitraan Auto 2000. Sedangkan dalam pertanyaan langsung sikap, akan bertanya mengenai kemungkinan hal yang terjadi ketika responden bergabung dalam program kemitraan Auto 2000. Dalam pertanyaan langsung norma subjektif akan bertanya mengenai pendapat orang lain yang jika responden mengikuti program kemitraan Auto 2000. Pertanyaan kontrol perilaku yang diterima akan menanyakan mengenai seberapa mampu/percaya bahwa responden akan diterima sebagai mitra Auto 2000.

Pertanyaan tidak langsung, merupakan pengukuran yang dilakukan dengan menanyakan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pembentuk faktor utama. Dalam sikap, *outcome evaluation* akan bertanya mengenai hal-hal yang diharapkan dengan melakukan suatu perilaku tertentu. Sedangkan *behavior belief* menunjukkan seberapa baik/buruk ketika perilaku tersebut dilakukan. Dalam pembentuk norma subjektif, *normative beliefs* akan bertanya mengenai pendapat orang yang penting bagi responden mengenai perilaku yang akan dilakukan. Untuk *motivation to comply* melihat bagaimana pengaruh responden untuk mengikuti pendapat dari orang-orang tersebut. Faktor *power of control factor* dalam kontrol perilaku yang diterima akan bertanya mengenai kemampuan yang

dimiliki terhadap keluaran yang diharapkan. Sedangkan *control beliefs* lebih mengarah pada kemampuan yang dimiliki.

Kuesioner yang sudah diisi oleh responden direkap dan dianalisis. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, intensi dari mahasiswa terhadap program kemitraan Auto 2000 sebesar 13.98, dimana masuk dalam kategori lemah. Kategori lemah yang dimaksud responden cenderung tidak memandang menjadi mitra Auto 2000 merupakan hal yang negatif ataupun tidak juga positif.

Dalam pengukuran nilai sikap, baik dengan pengukuran langsung dan tidak langsung berada dalam penilaian 14.08 dan 108.99 yang berarti memiliki kecenderungan sikap yang lemah, maksudnya responden tidak menganggap bahwa dengan menjadi mitra Auto 2000 akan membuat gaji dan jenjang karir yang baik. Dalam pengukuran norma subjektif nilai yang didapatkan adalah 13.24 dan 87.97. Nilai ini lebih rendah dari pengukuran sikap, namun masih dalam kategori lemah. Lemah yang dimaksud adalah tidak adanya kekuatan dari orang-orang berpengaruh untuk responden dalam menjadi mitra Auto 2000. Sedangkan dalam kontrol perilaku yang diterima, nilai yang didapatkan sebesar 15.92 dan 108.27, termasuk dalam kategori tinggi dan lemah. Dalam hal ini kontrol responden untuk menjadi mitra Auto 2000 merupakan kontrol penuh yang dapat dilakukan oleh responden. Rekap dari masing-masing nilai faktor dapat dilihat pada Tabel 4.18.

Tabel 4.18 Rekap Hasil Pengukuran

Faktor Pembentuk	Langsung	Tidak Langsung
Intensi	13.98	-
Sikap	14.08	108.99
Norma Subjektif	13.24	87.97
Kontrol Perilaku	15.92	108.27

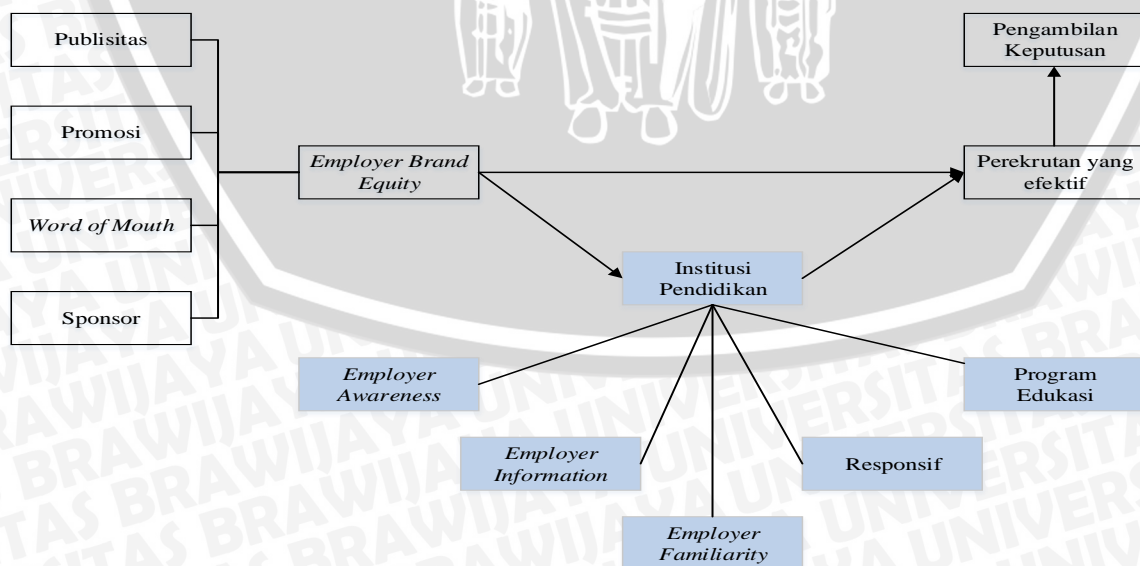
Dalam penyebaran kuesioner pertama, diketahui bahwa sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang diterima mempengaruhi intensi mahasiswa dalam memilih profesi sebagai *salesman*, baik itu secara bersama-sama (uji F) maupun masing-masing (uji t). Berdasarkan analisis jalur, diketahui bahwa faktor yang memberikan pengaruh paling besar adalah sikap, yaitu memberikan pengaruh sebesar 0.280.

Hasil analisis penyebab rendahnya minat mahasiswa terhadap profesi *salesman* diketahui karena tiga penyebab, yaitu belum adanya pengalaman dalam berjualan, tidak adanya kegiatan *branding* yang dilakukan oleh Auto 2000, dan tidak memiliki *rolemodel* yang sukses dibidang *salesman*. Untuk itu perlu dilakukan program intervensi untuk mengatasi 3 penyebab tersebut.

Dari analisis *pugh matrix*, diketahui bahwa terdapat dua alternatif program intervensi yang mendapatkan nilai tertinggi, yaitu promosi program melalui sosial media dan program pengenalan pengembangan karir di Auto 2000. Setelah dilakukan analisis lebih lanjut dengan menggunakan *scoring method*, program intervensi terpilih adalah program pengenalan pengembangan karir di Auto 2000. Program intervensi tersebut yang selanjutnya diimplementasikan kepada responden.

Berdasarkan analisis *welch t-test*, diketahui bahwa terjadi perbedaan antara responden yang tidak mengikuti program intervensi dengan responden yang mengikuti program intervensi. Hasil yang signifikan ini menunjukkan bahwa program intervensi berhasil dilaksanakan dan mempengaruhi intensi dari responden. Namun sayangnya peningkatan intensi yang terjadi tidak berhasil mengubah perilaku dari responden secara signifikan. Hal ini ditunjukkan dari 63 responden yang berpartisipasi dalam program intervensi, hanya 31 responden saja yang berminat untuk mengikuti tahap seleksi, yaitu wawancara. Hasil ini tidak menunjukkan perbaikan dari *pilot project* yang sudah dilakukan sebelumnya, dimana terdapat 50% kandidat yang mengundurkan diri untuk mengikuti program kemitraan *salesman* di Auto 2000.

Diperlukan lebih banyak lagi program intervensi yang dilakukan untuk meningkatkan perilaku mahasiswa terhadap pemilihan profesi *salesman* sebagai pilihan jenjang karirnya. Gambar 4.22 menunjukkan strategi untuk bisa melakukan perekrutan secara efektif. Dalam melakukan perekrutan yang efektif dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu meningkatkan ekuitas dari perusahaan dan dengan pendekatan terhadap institusi pendidikan (Baloch dan Awan, 2011:10910).



Gambar 4.22 Strategi perekrutan efektif  
Sumber: Baloch dan Awan (2011:10910)

Pendekatan yang dilakukan dalam program intervensi di penelitian ini dengan menggunakan pendekatan pada institusi pendidikan. Pendekatan dalam institusi pendidikan akan meningkatkan *employer awareness, information, familiarity*, responsif, dan program edukasi bagi calon target pelamar. *Employer awareness* menunjukkan sejauh mana calon kandidat pelamar dapat mengingat perusahaan dari produk tertentu atau *top of mind*. *Employer information* dan *familiarity* menunjukkan menunjukkan sejauh mana calon kandidat pelamar mengetahui lebih jauh dari perusahaan tertentu dan tertarik untuk bergabung bersama perusahaan tersebut. Responsif adalah ketanggapan atau sikap peduli dari *fresh graduate* terhadap keinginan untuk bergabung dalam perusahaan tertentu. Program edukasi adalah program yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk melakukan edukasi kepada *fresh graduate* agar terdapat relevansi pada pekerjaan di dunia kerja nantinya (Baloch dan Awan, 2011:10910).

Pendekatan yang dapat dilakukan selanjutnya dengan meningkatkan *employer brand equity*. *Employer brand equity* adalah strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk membangun keunikan dalam ketenagakerjaan untuk menarik minat calon pegawai yang potensial (Baloch dan Awan, 2011:10909). Meningkatkan *employer brand equity* dapat dilakukan dengan meningkatkan publisitas perusahaan, *word of mouth*, iklan dan sponsor. Untuk itu Auto 2000 kedepannya bisa melakukan pendekatan *employer brand equity* untuk bisa menarik minat dalam profesi *salesman*.



## BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan dibuat kesimpulan maupun saran sesuai dengan tujuan penelitian dan pembahasan dari bab sebelumnya.

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan tujuan penelitian, kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Berdasarkan kuesioner yang sudah disebar kepada 100 mahasiswa di tiga Universitas, yaitu Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang dan Universitas Muhammadiyah Malang, diketahui bahwa intensi mahasiswa terhadap profesi *sales* rata-rata bernilai 13.98, dimana nilai ini menunjukkan intensi mahasiswa terhadap profesi *salesman* masih tergolong lemah.
2. Berdasarkan hasil dari uji statistik yang dilakukan, faktor sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang diterima memiliki pengaruh kepada intensi mahasiswa baik secara bersama-sama maupun secara parsial. Dari analisis jalur diketahui bahwa pengaruh dari sikap memberikan kontribusi yang paling besar terhadap model regresi yaitu sebesar 0.280. Sehingga salah satu fokus dalam pembuatan program intervensi akan menyesuaikan dengan intervensi pada sikap.
3. Penyebab dari rendahnya intensi mahasiswa dalam profesi *salesman* disebabkan karena tiga hal, yaitu belum adanya pengalaman dari mahasiswa dalam berjualan, minimnya aktivitas *branding* yang dilakukan oleh Auto 2000, dan tidak adanya role model dari mahasiswa yang menyebabkan menjadi keraguan mahasiswa dalam berkarir. Untuk itu program intervensi dilakukan dengan program pengenalan berkarir di Auto 2000. Program pengenalan berkarir di Auto 2000 dilakukan di Unit Pengembangan Karir dan Kewirausahaan (UPKK) Universitas Brawijaya pada tanggal 9 Mei 2016 yang dihadiri oleh Kepala Cabang Auto 2000 Malang Sukun.

4. Berdasarkan hasil uji statistik yang dilakukan, terjadi perbedaan antara responden yang tidak mengikuti program intervensi dengan responden yang mengikuti program intervensi. Namun hasil yang signifikan terhadap intensi tidak membentuk secara langsung perilaku dari responden. Hal ini dibuktikan dari 63 responden yang berpartisipasi, hanya 31 responden saja yang berminat untuk mengikuti proses seleksi selanjutnya. Untuk itu diperlukan program intervensi yang memberikan pengaruh lebih besar terutama untuk meningkatkan intensi dari Program Kemitraan Auto 2000.

## 5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan oleh penulis dari penelitian yang sudah dilakukan adalah sebagai berikut.

1. Program intervensi selanjutnya dapat dilanjutkan dari media sosial dan juga melalui *employer brand equity*.
2. Untuk penelitian selanjutnya, faktor yang dianalisis tidak hanya dari *theory of planned behaviour* (TPB) tapi juga dari faktor-faktor lain seperti menambahkan teori proses pembentukan perilaku.