

## BAB IV

### ANALISA DATA

#### A. Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif merupakan uraian analisis data berdasarkan hasil jawaban yang diperoleh dari responden dan disajikan dalam bentuk daftar atau tabulasi data dari masing-masing karakteristik konsumen terhadap sikap konsumen kepada Lembaga Pendidikan El Rahma. Dalam penelitian ini, jumlah responden sebanyak 100 orang. Tabulasi data disajikan dalam bentuk metode prosentase.

##### 1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia dan tingkat penghasilan orang tua.

###### a. Jenis kelamin responden

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang menentukan dalam mempengaruhi sikap seseorang terhadap suatu produk. Pengaruh yang ditimbulkan bisa berbeda karena pembawaan dari jenis kelamin itu.

**Tabel 4.1**  
**Klasifikasi Responden**  
**Berdasar Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Dalam Angka	Dalam Persen
Laki-laki	39	39%
Perempuan	61	61%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa konsumen yang memilih mengambil Program Multi Profesi 1 tahun di Lembaga Pendidikan El Rahma adalah perempuan yaitu sebanyak 61 orang atau 61 %, sedangkan konsumen dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 39 orang atau 39 %.

#### b. Usia Responden

Usia merupakan faktor psikologis yang menentukan, karena usia akan mempengaruhi cara berfikir dan bertindak. Usia juga merupakan faktor penentu dalam pengambilan keputusan.

**Tabel 4.2**  
**Klasifikasi Responden**  
**Berdasar Usia**

Usia Responden	Dalam Angka	Dalam Persen
17 – 20 tahun	73	73 %
21 – 24 tahun	27	27 %
25 – 28 tahun	0	0
Jumlah	100	100 %

Sumber : Data Primer

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjadi responden adalah konsumen dengan usia 17 - 20 tahun yaitu sebanyak 73 orang atau 73 %, sedangkan urutan kedua adalah responden dengan usia 21 - 24 tahun yaitu sebanyak 27 orang atau 27 %. Responden usia 25 - 28 tahun sebanyak 0 %. Hal ini dikarenakan dalam usia tersebut sudah banyak yang lulus dari El Rahma.

### c. Tingkat Penghasilan Orang tua

Tingkat penghasilan orang tua ini akan mempengaruhi pola konsumsi konsumen.

**Tabel 4.3**  
**Klasifikasi Responden**  
**Berdasarkan Tingkat Penghasilan Orang tua**

Tingkat Penghasilan Orang Tua	Dalam Angka	Dalam Persen
$\leq$ Rp. 500.000,00	42	42 %
Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000,00	35	35 %
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000,00	17	17 %
$>$ Rp. 1.500.000,00	6	6 %
Jumlah	100	100 %

Sumber: Data Primer

Dari data tersebut di atas dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak adalah responden dengan tingkat penghasilan orang tua sebesar  $\leq$  Rp. 500.000,00, yaitu sebanyak 42 orang atau 42 %. Kemudian yang tingkat penghasilan orang tua antara Rp.500.000,00 sampai dengan Rp. 1.000.000,00 yaitu sebanyak 35 responden atau 35 %. Sedangkan yang mempunyai orang tua dengan tingkat penghasilan sebesar Rp. 1.000.000,00 - Rp. 1.500.000,00 sebanyak 17 responden atau sebanyak 17 %. Sisanya adalah responden yang mempunyai orang tua dengan tingkat penghasilan lebih dari Rp. 1.500.000,00 yaitu 6 orang atau 6 %.

## 2. Analisa Indek Sikap

Analisa ini digunakan untuk mengetahui sikap konsumen dalam memberikan kepercayaan pada Lembaga Pendidikan El Rahma. Hasil penelitian melalui kuesioner terbagi menjadi dua yaitu terdiri dari analisa belief atau keyakinan (bi) dan analisa evaluasi (ei).

Penentuan bobot atau nilai untuk setiap jawaban responden adalah sebagai berikut:

Sangat Percaya (SP)	= 2	Sangat Baik (SB)	= 2
Percaya (P)	= 1	Baik (B)	= 1
Biasa (Bi)	= 0	Biasa (Bi)	= 0
Tidak Percaya (TP)	= -1	Tidak Baik (TB)	= -1
Sangat Tidak Percaya (STP)	= -2	Sangat Tidak Baik (STB)	= -2

Empat atribut Lembaga Pendidikan El Rahma yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pendidikan, biaya pendidikan, kualitas lokasi dan kualitas promosi. Dari hasil kuesioner yang disebarkan pada responden maka diperoleh data mengenai tingkat kepercayaan sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Bobot Tingkat Kepercayaan**  
**Terhadap Atribut Lembaga Pendidikan El Rahma**

Faktor Atribut	Tingkat Kepercayaan					Jumlah
	SP	P	B	TP	STP	
Kualitas Pendidikan	49	36	14	1	0	100
Biaya Pendidikan	10	48	33	9	0	100
Kualitas Lokasi	10	46	25	11	8	100
Kualitas Promosi	33	40	12	13	2	100

Sumber: Data Primer

Dari hasil di atas dapat dihitung nilai dari masing-masing atribut

berdasarkan tingkat kepercayaan responden sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Kualitas pendidikan} &= \frac{(49 \times 2) + (36 \times 1) + (14 \times 0) + (1 \times -1) + (0 \times -2)}{100} \\ &= 1,33 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya Pendidikan} &= \frac{(10 \times 2) + (48 \times 1) + (33 \times 0) + (9 \times -1) + (0 \times -2)}{100} \\ &= 0,59 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kualitas Lokasi} &= \frac{(10 \times 2) + (46 \times 1) + (25 \times 0) + (11 \times -1) + (8 \times -2)}{100} \\ &= 0,39 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kualitas Promosi} &= \frac{(33 \times 2) + (40 \times 1) + (12 \times 0) + (13 \times -1) + (2 \times -2)}{100} \\ &= 0,89 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan tersebut dapat diringkas dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Tingkat Kepercayaan Responden**  
**Terhadap Atribut Lembaga Pendidikan El Rahma**

Faktor Atribut	Tingkat Kepercayaan
Kualitas Pendidikan	1,33
Biaya Pendidikan	0,59
Kualitas Lokasi	0,39
Kualitas Promosi	0,89

Sumber: data primer

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari ke empat atribut El Rahma yang diteliti, atribut kualitas pendidikan merupakan tingkat kepercayaan terbesar yaitu sebesar 1,33 kemudian disusul oleh atribut kualitas promosi yang mempunyai tingkat kepercayaan sebesar 0,89, lalu atribut biaya pendidikan mempunyai tingkat kepercayaan sebesar 0,59 sedangkan atribut kualitas lokasi mempunyai tingkat kepercayaan terkecil yaitu 0,39.

Langkah selanjutnya adalah menghitung tingkat penilaian dari konsumen Program Multiprofesi I Tahun El Rahma terhadap atribut-atributnya. Dari hasil kuesioner yang disebar dapat diketahui hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Bobot Penilaian**  
**Terhadap Atribut Lembaga Pendidikan El Rahma**

Faktor Atribut	Tingkat Penilaian					Jumlah
	SB	B	Bi	TB	STB	
Kualitas Pendidikan	8	41	49	1	1	100
Biaya Pendidikan	7	40	35	10	8	100
Kualitas Lokasi	16	39	19	23	3	100
Kualitas Promosi	22	53	17	7	1	100

Sumber: Data Primer

Dari tabel di atas dapat dihitung tentang penilaian berdasarkan bobot yang telah ditentukan yaitu sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Kualitas Pendidikan} &= \frac{(8 \times 2) + (41 \times 1) + (49 \times 0) + (1 \times -1) + (1 \times -2)}{100} \\ &= 0,54 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya Pendidikan} &= \frac{(7 \times 2) + (40 \times 1) + (35 \times 0) + (10 \times -1) + (8 \times -2)}{100} \\ &= 0,28 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kualitas Lokasi} &= \frac{(16 \times 2) + (39 \times 1) + (19 \times 0) + (23 \times -1) + (3 \times -2)}{100} \\ &= 0,43 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kualitas Promosi} &= \frac{(22 \times 2) + (53 \times 1) + (17 \times 0) + (7 \times -1) + (1 \times -2)}{100} \\ &= 0,88 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan tersebut dapat diringkas dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Tingkat Penilaian Responden**  
**Terhadap Atribut Lembaga Pendidikan El Rahma**

Faktor Atribut	Tingkat Penilaian
Kualitas Pendidikan	0,54
Biaya Pendidikan	0,28
Kualitas Lokasi	0,43
Kualitas Promosi	0,88

Sumber: Data Primer

Untuk langkah selanjutnya adalah dengan menghitung sikap konsumen (  $A_o$  ) terhadap atribut Lembaga Pendidikan El Rahma. Langkah tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Indek Sikap Konsumen**  
**Terhadap Lembaga Pendidikan El Rahma**

Faktor Atribut	Bobot ( $b_i$ )	Evaluasi ( $e_i$ )	$A_o = b_i \times e_i$
Kualitas Pendidikan	1,33	0,54	0,7182
Biaya Pendidikan	0,59	0,28	0,1652
Kualitas Lokasi	0,39	0,43	0,1677
Kualitas Promosi	0,89	0,88	0,7832
		Jumlah	1,8343

Sumber: Data Primer

Dari hasil perhitungan pada tabel di atas, maka dapat diketahui besarnya indek sikap konsumen terhadap atribut Lembaga Pendidikan El Rahma yaitu sebesar 1,8343 di mana atribut kualitas promosi mempunyai  $A_o$  terbesar yaitu 0,7832. Atribut kualitas pendidikan mempunyai  $A_o$

sebesar 0,7182 yang berarti merupakan urutan kedua, lalu disusul oleh atribut kualitas lokasi yang mempunyai Ao sebesar 0,1677. Nilai Ao terkecil adalah nilai dari atribut biaya pendidikan yaitu sebesar 0,1652. Jadi, secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa sikap responden terhadap berbagai atribut adalah positif atau baik.



## **B. Analisa Verifikatif**

Analisa ini digunakan untuk mengetahui sikap dan penilaian konsumen terhadap atribut Lembaga Pendidikan El Rahma pada Program Multiprofesi 1 Tahun. Hasil analisa data ini diperoleh melalui analisa statistik yang kemudian digunakan untuk menguji hipotesa yang ada.

Metode yang digunakan dalam analisa ini adalah metode Chi Square atau Kai Kuadrat.

### **1. Metode Chi Square**

Metode ini digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan penilaian konsumen berdasarkan karakteristiknya yang berupa jenis kelamin, usia dan tingkat penghasilan orang tua terhadap atribut Lembaga Pendidikan El Rahma yang berupa kualitas pendidikan, biaya pendidikan, kualitas lokasi dan kualitas promosi.

#### **a. Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Jenis Kelamin terhadap Atribut Kualitas Pendidikan.**

Dengan pengujian ini diharapkan dapat diketahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pendidikan berdasarkan jenis kelamin responden.

Tabel 4.9

## Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Kualitas Pendidikan

Jenis Kelamin	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pendidikan					Jumlah
	SB	B	Bi	TB	STB	
Laki-laki	1	17	19	1	1	39
Perempuan	7	24	30	0	0	61
Jumlah	8	41	49	1	1	100

Sumber: Data Primer

1. Mencari frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) dari tanggapan responden terhadap atribut-atribut dengan menggunakan rumus

$$f_h = \frac{\Sigma \text{baris} \times \Sigma \text{kolom}}{\Sigma \text{sampel}}$$

Berdasar rumus di atas maka dapat ditentukan frekuensi yang diharapkan untuk jenis kelamin responden yaitu sebagai berikut:

$f_h$  kualitas pendidikan:

$$\begin{aligned}
 \text{Laki-laki} &= \frac{39 \times 8}{100} = 3,12 & \text{Perempuan} &= \frac{61 \times 8}{100} = 4,88 \\
 &= \frac{39 \times 41}{100} = 15,99 & &= \frac{61 \times 41}{100} = 25,01 \\
 &= \frac{39 \times 49}{100} = 19,11 & &= \frac{61 \times 49}{100} = 29,89 \\
 &= \frac{39 \times 1}{100} = 0,39 & &= \frac{61 \times 1}{100} = 0,61 \\
 &= \frac{39 \times 1}{100} = 0,39 & &= \frac{61 \times 1}{100} = 0,61
 \end{aligned}$$

Setelah diperoleh hasil frekuensi yang sesungguhnya atau  $f_o$  dan frekuensi harapan atau  $f_h$ , maka dapat dihitung nilai Kai Kuadrat sebagai berikut:

**Tabel 4.10**

**Hasil Perhitungan Kai Kuadrat**

**Hubungan Jenis Kelamin terhadap Kualitas Pendidikan**

Kategori	Penilaian	$f_o$	$f_h$	$f_o - f_h$	$(f_o - f_h)^2$	$\frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$
Laki-laki	SB	1	3,12	-2,12	4,4944	1,4405
	B	17	15,99	1,01	1,0201	0,0638
	Bi	19	19,11	-0,11	0,0121	0,0006
	TB	1	0,39	0,61	0,3721	0,9541
	STB	1	0,39	0,61	0,3721	0,9541
Perempuan	SB	7	4,88	2,12	4,4944	0,9541
	B	24	25,01	-1,01	1,0201	0,9209
	Bi	30	29,89	0,11	0,0121	0,0408
	SB	0	0,61	-0,61	0,3721	0,0004
	TB	0	0,61	-0,61	0,3721	0,61
Jumlah		100	100	0		5,5951

2. Menentukan  $H_o$  dan  $H_a$

$H_o$  = Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pendidikan berdasar jenis kelamin responden

$H_a$  = Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pendidikan berdasar jenis kelamin responden

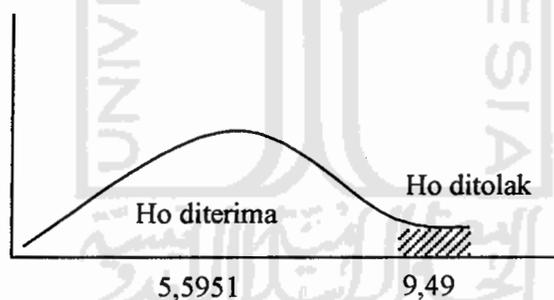
3. Dari hasil pengujian Kai-Kuadrat di atas diperoleh harga  $X^2$  hitung 5,5951. Dengan derajat kebebasan 4 dan taraf signifikansi 5 % maka diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 9,49.

4. Kesimpulan:

Karena  $X^2$  hitung  $<$   $X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pendidikan berdasarkan jenis kelamin responden.

5. Gambar 4.1

**Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar jenis kelamin terhadap kualitas pendidikan**



**b. Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasar Jenis Kelamin terhadap Atribut Biaya pendidikan**

Dengan pengujian ini diharapkan dapat diketahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut biaya pendidikan berdasar jenis kelamin responden.

Tabel 4.11

## Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Biaya Pendidikan

Jenis kelamin	Tanggapan Responden terhadap Biaya Pendidikan					Jumlah
	Sma	Ma	Bi	Mu	SM	
Laki-laki	4	19	10	4	2	39
Perempuan	3	21	25	6	6	61
$\Sigma$	7	40	35	10	8	100

Sumber : Data Primer

1. Mencari frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) dari tanggapan responden terhadap atribut biaya pendidikan yang menggunakan rumus sebagai berikut:

$$f_h = \frac{\Sigma \text{ baris} \times \Sigma \text{ kolom}}{\Sigma \text{ sampel}}$$

Berdasar rumus di atas dapat ditentukan frekuensi yang diharapkan untuk jenis kelamin sebagai berikut:

$f_h$  biaya pendidikan

$$\begin{aligned}
 \text{Laki-laki} &= \frac{39 \times 7}{100} = 2,73 & \text{Perempuan} &= \frac{61 \times 7}{100} = 4,27 \\
 &= \frac{39 \times 40}{100} = 15,6 & &= \frac{61 \times 40}{100} = 24,40 \\
 &= \frac{39 \times 35}{100} = 13,65 & &= \frac{61 \times 35}{100} = 21,35 \\
 &= \frac{39 \times 10}{100} = 3,9 & &= \frac{61 \times 10}{100} = 6,10 \\
 &= \frac{39 \times 8}{100} = 3,12 & &= \frac{61 \times 8}{100} = 4,88
 \end{aligned}$$

Setelah diperoleh hasil frekuensi yang sesungguhnya ( $f_o$ ) dan frekuensi harapan ( $f_h$ ) maka dapat dihitung nilai Kai Kuadrat sebagai berikut:

**Tabel 4.12**

**Hasil Perhitungan Chi Square**

**Hubungan Jenis Kelamin terhadap Atribut Biaya Pendidikan**

Kategori	Penilaian	Fo	Fh	F0-fh	$(f_o - f_h)^2$	$\frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$
L	SMa	4	2,73	1,27	1,6129	0,5908
	Ma	19	15,6	3,4	11,56	0,7410
	Bi	10	13,65	-3,65	13,3225	0,9760
	Mu	4	3,9	0,1	0,01	0,0026
	SMu	2	3,12	-1,12	1,2544	0,4020
P	SMa	3	4,27	-1,27	1,6129	0,3777
	Ma	21	24,40	-3,4	11,56	0,4738
	Bi	25	21,35	3,65	13,3225	0,6240
	Mu	6	6,10	-0,1	0,01	0,0016
	SMu	6	4,88	1,12	1,2544	0,2570
Jumlah		100	100	0		4,4465

2. Menentukan  $H_o$  : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut biaya pendidikan berdasarkan jenis kelamin

Menentukan  $H_a$  : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut biaya pendidikan berdasarkan jenis kelamin.

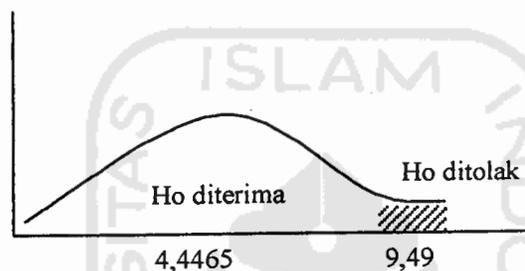
3. Dari hasil pengujian Kai Kuadrat di atas diperoleh hasil  $X^2$  hitung 4,4465. Dengan derajat kebebasan =4 dan taraf signifikansi 5 % diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 9,49.

## 4. Kesimpulan:

Karena  $X^2$  hitung  $<$   $X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut biaya pendidikan berdasar jenis kelamin.

## 5. Gambar 4.2

**Daerah penolakan dan penerimaan penilaian konsumen yang signifikan berdasar jenis kelamin terhadap biaya pendidikan**



**c. Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Jenis Kelamin terhadap atribut Kualitas Lokasi**

Dengan pengujian ini diharapkan dapat diketahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasar jenis kelamin responden.

Tabel 4.13

**Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Kualitas Lokasi**

Jenis kel.	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Lokasi					Jumlah
	SS	S	$B_i$	TS	STS	
L	5	15	10	8	1	39
P	11	24	9	15	2	61
$\Sigma$	16	39	19	23	3	100

Sumber: Data primer

1. Mencari frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) dari penilai responden terhadap atribut kualitas lokasi dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$f_h = \frac{\Sigma \text{baris} \times \Sigma \text{kolom}}{\Sigma \text{sampel}}$$

$f_h$  kualitas lokasi =

$$\begin{aligned} \text{Laki-laki} &= \frac{39 \times 16}{100} = 6,24 & \text{Perempuan} &= \frac{61 \times 16}{100} = 9,76 \\ &= \frac{39 \times 39}{100} = 15,21 & &= \frac{61 \times 39}{100} = 23,79 \\ &= \frac{39 \times 19}{100} = 7,41 & &= \frac{61 \times 19}{100} = 11,59 \\ &= \frac{39 \times 23}{100} = 8,97 & &= \frac{61 \times 23}{100} = 14,03 \\ &= \frac{39 \times 3}{100} = 1,17 & &= \frac{61 \times 3}{100} = 1,83 \end{aligned}$$

Setelah diperoleh hasil frekuensi yang sesungguhnya ( $f_o$ ) dan frekuensi harapan ( $f_h$ ) maka dapat dihitung nilai Kai Kuadrat sebagai berikut:

Tabel 4.14

### Hasil Perhitungan Kai Kuadrat

#### Hubungan Jenis Kelamin terhadap Kualitas Lokasi

Kategori	Penilaian	Fo	Fh	fo-fh	$(fo-fh)^2$	$\frac{(fo-fh)^2}{fh}$
L	SS	5	6,24	-1,24	1,5376	0,2464
	S	15	15,21	-0,21	0,0441	0,0029
	B	10	7,41	2,59	6,7081	0,9053
	TS	8	8,97	-0,97	0,9409	0,1049
	STS	1	1,17	-0,17	0,0289	0,0247
P	SS	11	9,76	1,24	1,5376	0,1575
	S	24	23,79	0,21	0,0441	0,0019
	B	9	11,59	-2,59	6,7081	0,5788
	TS	15	14,03	0,97	0,9409	0,0671
	STS	2	1,83	0,17	0,0289	0,0158
Jumlah		100	100	0		2,1053

#### 2. Menentukan Ho dan Ha

Ho : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasar jenis kelamin responden.

Ha : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasar jenis kelamin responden

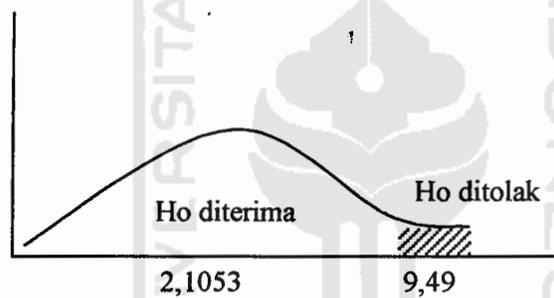
3. Dari hasil pengujian Kai Kuadrat di atas diperoleh harga  $X^2$  hitung = 2,1053. Dengan derajat kebebasan sebesar 4 dan taraf signifikansi 5% diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 9,49.

## 4. Kesimpulan:

Dikarenakan  $X^2$  hitung  $< X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden.

## 5. Gambar 4.3

**Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar jenis kelamin terhadap kualitas lokasi**



**d. Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Jenis kelamin terhadap Atribut Kualitas Promosi**

Dengan pengujian ini diharapkan dapat diketahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 4.15**  
**Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Kualitas Promosi**

Jenis kel.	Tanggapan Responden terhadap Promosi					Jumlah
	SB	B	Bi	TB	STB	
L	9	18	10	2	0	39
P	13	35	7	5	1	61
$\Sigma$	22	53	17	7	1	100

Sumber: Data Primer

1. mencari frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) dari penilaian responden terhadap atribut kualitas promosi dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$f_h = \frac{\Sigma \text{ baris} \times \Sigma \text{ kolom}}{\Sigma \text{ sampel}}$$

Berdasar rumus di atas maka dapat ditentukan frekuensi yang

diharapkan untuk jenis kelamin responden yaitu sebagai berikut:

$f_h$  kualitas promosi=

$\begin{aligned} \text{Laki-laki} &= \frac{39 \times 22}{100} = 8,58 \\ &= \frac{39 \times 53}{100} = 20,67 \\ &= \frac{39 \times 17}{100} = 6,63 \\ &= \frac{39 \times 7}{100} = 2,73 \\ &= \frac{39 \times 1}{100} = 0,39 \end{aligned}$	$\begin{aligned} \text{Perempuan} &= \frac{61 \times 22}{100} = 13,42 \\ &= \frac{61 \times 53}{100} = 32,33 \\ &= \frac{61 \times 17}{100} = 10,37 \\ &= \frac{61 \times 7}{100} = 4,27 \\ &= \frac{61 \times 1}{100} = 0,61 \end{aligned}$
--	--

Setelah diperoleh hasil frekuensi yang sesungguhnya dan frekuensi harapan ( $f_h$ ) maka dapat dihitung nilai Kai Kuadrat sebagai berikut:

Tabel 4.16

**Hasil Perhitungan Kai Kuadrat**  
**Hubungan Jenis Kelamin terhadap Kualitas Promosi**

Kategori	Penilaian	fo	Fh	(fo-fh)	(fo-fh) <sup>2</sup>	$\frac{(fo - fh)^2}{fh}$
L	SB	9	8,58	0,42	0,1764	0,0205
	B	18	20,67	-2,67	7,1289	2,8995
	Bi	10	6,63	3,37	11,3569	1,7129
	TB	2	2,73	-0,73	0,5329	0,1952
	STB	0	0,39	-0,39	0,1521	0,39
P	SB	13	13,42	-0,42	0,1764	0,0131
	B	35	32,33	2,67	7,1289	0,2205
	Bi	7	10,37	-3,37	11,3569	1,0952
	TB	5	4,27	0,73	0,5329	0,1248
	STB	1	0,61	0,39	0,1521	0,2493
Jumlah		100	100	0		6,921

2. Menentukan Ho dan Ha

Ho : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan jenis kelamin.

Ha : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan jenis kelamin.

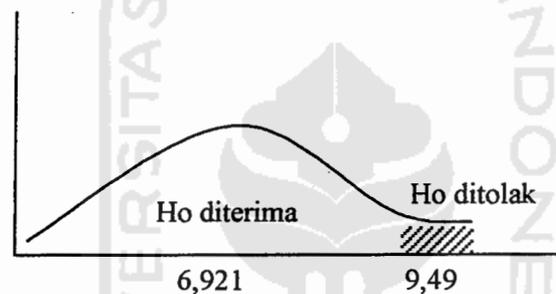
3. Dari hasil pengujian Kai Kuadrat di atas diperoleh harga  $X^2$  hitung sebesar 6,921. Derajat kebebasan 4 dan taraf signifikansi 5 % diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 9,49.

## 4. Kesimpulan:

Karena  $X^2$  hitung  $< X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan karakteristik jenis kelamin.

## 5. Gambar 4.4

**Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar jenis kelamin terhadap kualitas promosi**



e. **Analisa Perbedaan penilain Konsumen berdasar Usia terhadap atribut Kualitas Pendidikan**

Dengan pengujian ini diharapkan dapat diketahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pendidikan berdasarkan usia responden.

Tabel 4.17

Pengaruh Usia terhadap Kualitas Pendidikan

Usia	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pendidikan					Jumlah
	SB	B	Bi	TB	STB	
17 – 20	6	30	35	1	1	73
21 – 24	2	11	14	0	0	27
25 – 28	0	0	0	0	0	0
$\Sigma$	8	41	49	1	1	100

Sumber: Data Primer

1. Mencari frekuensi harapan (fh) dari penilaian responden terhadap atribut kualitas pendidikan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$f_h = \frac{\Sigma \text{ baris} \times \Sigma \text{ kolom}}{\Sigma \text{ sampel}}$$

Berdasarkan rumus di atas maka dapat ditentukan frekuensi yang diharapkan untuk tingkat usia yaitu sebagai berikut:

fh kualitas pendidikan =

	<b>Perempuan</b>	
17 - 20	$= \frac{73 \times 8}{100} = 5,84$	$= \frac{27 \times 8}{100} = 2,16$
	$= \frac{73 \times 41}{100} = 29,93$	$= \frac{27 \times 41}{100} = 11,07$
	$= \frac{73 \times 49}{100} = 35,77$	$= \frac{27 \times 49}{100} = 13,23$
	$= \frac{73 \times 1}{100} = 0,73$	$= \frac{27 \times 1}{100} = 0,27$
	$= \frac{73 \times 1}{100} = 0,73$	$= \frac{27 \times 1}{100} = 0,27$

Setelah diperoleh hasil frekuensi yang sesungguhnya (fo) dan frekuensi harapan (fh) maka dapat dihitung nilai Kai Kuadrat sebagai berikut:

Tabel 4.18

**Hasil Perhitungan Kai Kuadrat**  
**Hubungan antara Usia dan Mutu Pendidikan**

Kategori	Penilaian	Fo	Fh	fo-fh	(fo-fh) <sup>2</sup>	$\frac{(fo - fh)^2}{fh}$
17 – 20	SB	6	5,84	0,16	0,0256	0,0044
	B	30	29,93	0,07	0,0049	0,0002
	Bi	35	35,77	-0,77	0,5929	0,0166
	TB	1	0,73	0,27	0,0729	0,0999
	STB	0	0,73	0,27	0,0729	0,0999
21 – 24	SB	2	2,16	-0,16	0,0256	0,0119
	B	11	11,07	-0,07	0,0049	0,0004
	Bi	14	13,23	0,77	0,5929	0,0448
	TB	0	0,27	-0,27	0,0729	0,27
	STB	0	0,27	-0,27	0,0729	0,27
25 – 28	SB	0	-	-	-	-
	B	0	-	-	-	-
	Bi	0	-	-	-	-
	TB	0	-	-	-	-
	STB	0	-	-	-	-
Jumlah		100	100	0		0,8181

2. Menentukan Ho dan Ha

Ho : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pendidikan berdasarkan usia.

Ha : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pendidikan berdasarkan usia.

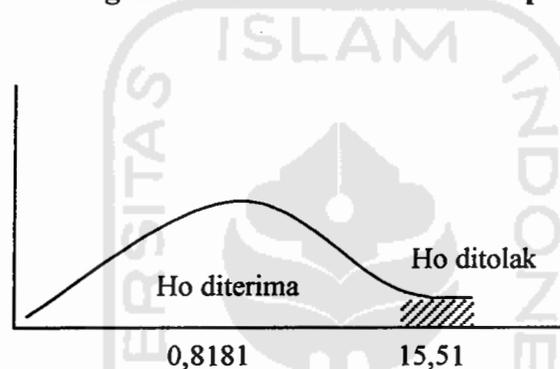
3. Dari hasil pengujian Kai Kuadrat di atas diperoleh  $X^2$  hitung sebesar 0,8181. Dengan derajat kebebasan = 8 dan derajat keyakinan 5 % maka diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 15,51.

## 4. Kesimpulan:

Karena  $X^2$  hitung  $< X^2$  tabel , maka  $H_0$  diterima yang berarti tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap kualitas pendidikan berdasarkan usia responden.

## 5. Gambar 4.5

**Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar usia terhadap kualitas pendidikan**



**f. Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Usia terhadap Atribut Biaya Pendidikan**

Dengan pengujian ini diharapkan dapat diketahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut biaya pendidikan berdasarkan usia responden.

**Tabel 4.19**

**Pengaruh Usia terhadap Biaya Pendidikan**

Usia	Tanggapan Responden terhadap Biaya					Jumlah
	Sma	Ma	Bi	Mu	Smu	
17 – 20	5	30	30	5	3	73
21 – 24	2	10	5	5	5	27
25 – 28	-	-	-	-	-	0
$\Sigma$	7	40	35	10	8	100

Sumber : Data Primer

1. Mencari frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) dari penilaian responden terhadap atribut biaya pendidikan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F_h = \frac{\Sigma \text{ baris} \times \Sigma \text{ kolom}}{\Sigma \text{ sampel}}$$

Berdasarkan rumus di atas maka dapat ditentukan frekuensi yang diharapkan untuk tingkat usia responden yaitu sebagai berikut:

$f_h$  biaya pendidikan

$17-20 = \frac{73 \times 7}{100} = 5,11$	$21-24 = \frac{27 \times 7}{100} = 1,89$
$\frac{73 \times 40}{100} = 29,20$	$\frac{27 \times 40}{100} = 10,80$
$\frac{73 \times 35}{100} = 25,55$	$\frac{27 \times 35}{100} = 9,45$
$\frac{73 \times 10}{100} = 7,30$	$\frac{27 \times 10}{100} = 2,70$
$\frac{73 \times 8}{100} = 5,84$	$\frac{27 \times 8}{100} = 2,16$

Setelah diperoleh hasil frekuensi yang sesungguhnya ( $f_o$ ) dan frekuensi harapan ( $f_h$ ) maka dapat dihitung nilai Kai Kuadrat sebagai berikut:

Tabel 4.20

**Hasil Perhitungan Kai Kuadrat**

**Hubungan Usia dengan Biaya pendidikan**

Kategori	Penilaian	fo	Fh	fo-fh	(fo-fh) <sup>2</sup>	$\frac{(fo - fh)^2}{fh}$
17 – 20	SMa	5	5,11	-0,11	0,0121	0,0024
	Ma	30	29,20	0,8	0,64	0,0219
	Bi	30	25,55	4,45	19,8025	0,7750
	Mu	5	7,30	-2,3	5,29	0,7246
	SMu	3	5,84	2,84	8,0656	1,3811
21 – 24	SMa	2	1,89	0,11	0,0121	0,00641
	Ma	10	10,80	-0,8	0,64	0,0593
	Bi	5	9,45	-4,45	19,8025	2,0955
	Mu	5	2,70	2,3	5,29	1,9593
	SMu	5	2,16	2,84	8,0656	3,7341
25 – 28	-	0	0	0	0	0
Jumlah		100	100	0		10,7596

2. Menentukan Ho dan Ha

Ho : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut biaya pendidikan berdasarkan tingkat usia.

Ha : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut biaya pendidikan berdasarkan tingkat usia.

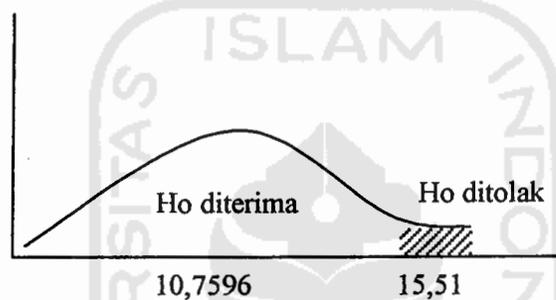
3. Dari pengujian Kai Kuadrat di atas diperoleh harga  $X^2$  hitung sebesar 10,7596. Dengan derajat kebebasan sebesar 8 dan taraf signifikansi 5 % diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 15,51.

## 4. Kesimpulan:

Karena  $X^2$  hitung  $<$   $X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut biaya pendidikan berdasarkan karakteristik tingkat usia.

## 5. Gambar 4.6

**Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar usia terhadap biaya pendidikan**



**g. Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Tingkat Usia terhadap Atribut Kualitas Lokasi**

Dengan pengujian ini diharapkan dapat diketahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan usia responden.

**Tabel 4.21**  
**Pengaruh Usia terhadap Kualitas Lokasi**

Usia	Tanggapan Responden terhadap Biaya Pendidikan					Jumlah
	SBS	S	Bi	TS	STS	
17 – 20	9	31	15	16	2	73
21 – 24	7	8	4	7	1	27
25 – 28	-	-	-	-	-	-
$\Sigma$	16	39	19	23	3	100

Sumber : data primer

1. Mencari frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) dari penilaian responden dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$f_h = \frac{\Sigma \text{baris} \times \Sigma \text{kolom}}{\Sigma \text{sampel}}$$

Berdasarkan rumus di atas maka dapat ditentukan frekuensi yang diharapkan untuk tingkat usia responden yaitu sebagai berikut:

$f_h$  biaya pendidikan

$$\begin{array}{l}
 17-20 = \frac{73 \times 16}{100} = 11,68 \qquad 21-24 = \frac{27 \times 16}{100} = 4,32 \\
 \frac{73 \times 39}{100} = 28,47 \qquad \frac{27 \times 39}{100} = 10,53 \\
 \frac{73 \times 19}{100} = 13,87 \qquad \frac{27 \times 19}{100} = 5,13 \\
 \frac{73 \times 23}{100} = 16,79 \qquad \frac{27 \times 23}{100} = 6,21 \\
 \frac{73 \times 3}{100} = 2,19 \qquad \frac{27 \times 3}{100} = 0,81
 \end{array}$$

Setelah diperoleh hasil frekuensi yang sesungguhnya dan frekuensi harapan maka dapat dihitung nilai Kai Kuadrat sebagai berikut:

**Tabel 4.22**  
**Hasil Perhitungan Kai Kuadrat**  
**Hubungan Usia dan Kualitas Lokasi**

Kategori	Penilaian	Fo	fh	(fo-fh)	(fo-fh) <sup>2</sup>	$\frac{(fo - fh)^2}{fh}$
17 – 20	SS	9	11,68	-2,68	7,1824	0,6149
	S	31	28,47	2,53	6,4009	0,2248
	B	15	13,87	1,13	1,2769	0,0921
	TS	16	16,79	-0,79	0,6241	0,0372
	STS	2	2,19	-0,19	0,0361	0,0165
21 – 24	SS	7	4,32	2,68	7,1824	1,6626
	S	8	10,53	-2,53	6,4009	0,6079
	B	4	5,13	-1,13	1,2769	0,2489
	TS	7	6,21	0,79	0,6241	0,1005
	STS	1	0,81	0,19	0,0361	0,0446
25 – 28	-	-	-	-	-	-
Jumlah		100	100	0		3,65

2. Menentukan Ho dan Ha

Ho : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan usia responden.

Ha : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan usia responden.

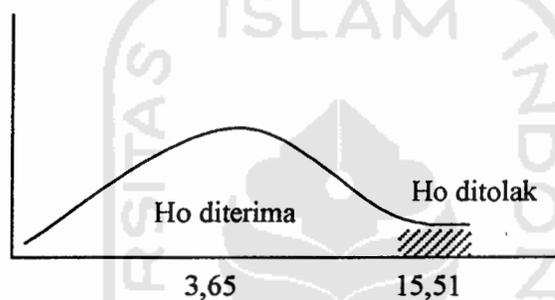
3. Dari hasil pengujian Kai Kuadrat di atas maka dapat diperoleh  $X^2$  hitung sebesar 3,65. Dengan derajat kebebasan = 8 dan taraf signifikansi 5 % maka diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 15,51.

## 4. Kesimpulan:

Karena  $x^2$  hitung  $< X^2$  tabel maka  $H_0$  diterima yang berarti tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan karakteristik usia responden.

## 5. Gambar 4.7

**Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar usia terhadap kualitas lokasi**



#### h. Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Usia terhadap Atribut Kualitas Promosi

Dengan pengujian ini diharapkan dapat diketahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan usia responden.

**Tabel 4.23**

**Pengaruh Usia terhadap Kualitas Promosi**

Usia	Tanggapan Responden terhadap Promosi					Jumlah
	SB	B	Bi	TB	STB	
17 – 20	19	34	14	6	0	73
21 – 24	3	19	3	1	1	27
25 – 28	-	-	-	-	-	-
$\Sigma$	22	53	17	7	1	100

Sumber : Data Primer

1. Mencari frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) dari penilaian responden terhadap atribut kualitas promosi dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$f_h = \frac{\Sigma \text{ baris} \times \Sigma \text{ kolom}}{\Sigma \text{ sampel}}$$

Berdasarkan rumus di atas maka dapat ditentukan frekuensi yang diharapkan untuk tingkat usia responden yaitu sebagai berikut:

$f_h$  kualitas promosi

$17-20 = \frac{73 \times 22}{100} = 16,06$	$21-24 = \frac{27 \times 22}{100} = 5,94$
$\frac{73 \times 53}{100} = 38,69$	$\frac{27 \times 53}{100} = 14,31$
$\frac{73 \times 17}{100} = 12,41$	$\frac{27 \times 17}{100} = 4,59$
$\frac{73 \times 7}{100} = 5,11$	$\frac{27 \times 7}{100} = 1,89$
$\frac{73 \times 1}{100} = 0,73$	$\frac{27 \times 1}{100} = 0,27$

Setelah diperoleh hasil frekuensi yang sesungguhnya ( $f_o$ ) dan frekuensi harapan ( $f_h$ ) maka dapat dihitung nilai Kai Kuadrat sebagai berikut:

**Tabel 4.24**  
**Hasil Perhitungan Kai Kuadrat**  
**Hubungan Usia dan Kualitas Promosi**

Kategori	Penilaian	Fo	fh	fo-fh	(fo-fh) <sup>2</sup>	$\frac{(fo - fh)^2}{fh}$
17 – 20	SE	19	16,06	2,94	8,6436	0,5382
	E	34	38,69	-4,69	21,9961	0,5685
	Bi	14	12,41	1,59	2,5281	0,2037
	TE	6	5,11	0,89	0,7921	0,1550
	STE	0	0,73	-0,73	0,5329	0,73
21 – 24	SE	3	5,94	-2,94	8,6430	1,4552
	E	19	14,31	4,69	21,9961	1,5371
	Bi	3	4,59	-1,59	2,5281	0,5508
	TE	1	1,89	-0,59	0,7921	0,4191
	STE	1	0,27	0,73	0,5329	1,9737
25 – 28	-	0	0	0	0	0
Jumlah		100	100	0		8,1313

2. Menentukan Ho dan Ha:

Ho : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan usia

Ha : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan usia.

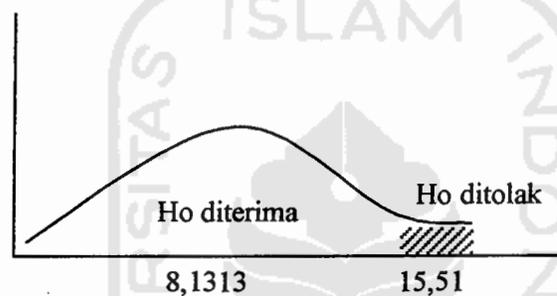
3. Dari hasil pengujian Kai Kuadrat di atas maka diperoleh  $X^2$  hitung sebesar 8,1313. Dengan derajat kebebasan = 8 dan taraf signifikansi 5 % diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 15,15.

## 4. Kesimpulan:

Karena  $X^2$  hitung  $< X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap kualitas promosi berdasarkan karakteristik usia.

## 5. Gambar 4.8

**Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar usia terhadap kualitas promosi**



**i. Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Tingkat Penghasilan Orang Tua terhadap Atribut Kualitas Pendidikan**

Dengan pengujian ini diharapkan dapat diketahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pendidikan berdasarkan tingkat penghasilan responden.

**Tabel 4.25**  
**Pengaruh Tingkat Penghasilan Orang Tua terhadap Atribut Kualitas Pendidikan**

Tk. Penghasilan (dln .000)	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pendidikan					Jumlah
	SB	B	Bi	TB	STB	
$\leq 500$	4	16	22	0	0	42
500 - 1.000	2	18	13	1	1	35
1.000 - 1.500	1	6	10	0	0	17
$> 1.5000$	1	1	4	0	0	6
$\Sigma$	8	41	49	1	1	100

Sumber : Data Primer

1. Mencari frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) dari penilaian responden terhadap atribut kualitas pendidikan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$f_h = \frac{\Sigma \text{ baris} \times \Sigma \text{ kolom}}{\Sigma \text{ sampel}}$$

Berdasarkan rumus di atas maka dapat ditentukan frekuensi yang diharapkan untuk tingkat penghasilan orang tua responden yaitu sebagai berikut:

$f_h$  kualitas pendidikan

$$\leq 500 = \frac{42 \times 8}{100} = 3,36 \quad 500 - 1000 = \frac{35 \times 8}{100} = 2,80$$

$$\frac{42 \times 41}{100} = 17,22 \quad \frac{35 \times 41}{100} = 14,35$$

$$\frac{42 \times 49}{100} = 20,58 \quad \frac{35 \times 49}{100} = 17,15$$

$$\frac{42 \times 1}{100} = 0,42 \quad \frac{35 \times 1}{100} = 0,35$$

$$\frac{42 \times 1}{100} = 0,42 \quad \frac{35 \times 1}{100} = 0,35$$

$$1000 - 1.500 = \frac{17 \times 8}{100} = 1,36 \quad > 1.500 = \frac{6 \times 8}{100} = 0,48$$

$$\frac{17 \times 41}{100} = 6,97 \quad \frac{6 \times 41}{100} = 2,46$$

$$\frac{17 \times 49}{100} = 8,33 \quad \frac{6 \times 49}{100} = 2,94$$

$$\frac{17 \times 1}{100} = 0,17$$

$$\frac{6 \times 1}{100} = 0,06$$

$$\frac{17 \times 1}{100} = 0,17$$

$$\frac{6 \times 1}{100} = 0,06$$

Setelah diperoleh hasil frekuensi yang sesungguhnya ( $f_o$ ) dan frekuensi harapan ( $f_h$ ) maka dapat dihitung nilai Kai Kuadrat sebagai berikut:

**Tabel 4.26**

**Hasil Perhitungan Kai Kuadrat**  
**Hubungan antara Tingkat Pendapatan Orang Tua**  
**Terhadap Kualitas Pendidikan**

Kategori	Penilaian	Fo	f <sub>h</sub>	fo-f <sub>h</sub>	(fo-f <sub>h</sub> ) <sup>2</sup>	$\frac{(fo - fh)^2}{fh}$
≤ 500	SB	4	3,36	0,64	0,4096	0,1219
	B	16	17,22	-1,22	1,4884	0,0864
	Bi	22	20,58	1,42	2,0164	0,0979
	TB	0	0,42	-0,42	0,1764	0,42
	STB	0	0,42	-0,42	0,1764	0,42
500 - 1.000	SB	2	2,80	-0,8	0,64	0,2286
	B	18	14,35	3,65	13,3225	0,9284
	Bi	13	17,15	-4,15	17,2225	1,0042
	TB	1	0,35	0,65	0,4225	1,2071
	STB	1	0,35	0,65	0,4225	1,2071
1.000- 1.500	SB	1	1,36	-0,36	0,1296	0,0953
	B	6	6,97	-0,97	0,9409	0,1349
	Bi	10	8,33	1,67	2,7889	0,3348
	TB	0	0,17	-0,17	0,0289	0,17
	STB	0	0,17	-0,17	0,0289	0,17
1.5000	SB	1	0,48	0,52	0,2704	0,5633
	B	1	2,46	-1,46	2,1216	0,8665
	Bi	4	2,94	1,06	1,1236	0,3822
	TB	0	0,06	-0,06	0,0036	0,06
	STB	0	0,06	-0,06	0,0036	0,06
Jumlah		100	100	0		8,5586

2. Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$

$H_0$  : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap kualitas pendidikan berdasarkan tingkat penghasilan orang tua

$H_a$  : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap kualitas pendidikan berdasarkan tingkat penghasilan orang tua .

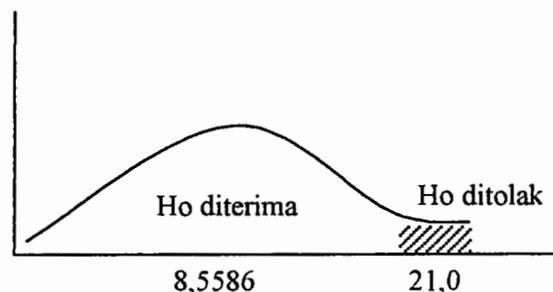
3. Dari hasil pengujian Kai Kuadrat maka diperoleh harga  $X^2$  hitung sebesar 8,5586. Dengan derajat kebebasan sebesar = 12 dan taraf signifikansi 5% maka diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 21,0.

4. Kesimpulan

Karena  $X^2$  hitung <  $X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap kualitas pendidikan berdasar tingkat penghasilan orang tua responden.

5. Gambar 4.9

**Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar penghasilan orang tua terhadap kualitas pendidikan**



**j. Analisa Perbedaan penilaian Konsumen berdasarkan Tingkat Penghasilan Orang Tua terhadap Biaya Pendidikan**

Dengan pengujian ini diharapkan dapat diketahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut biaya pendidikan berdasarkan tingkat penghasilan orang tua.

**Tabel 4.27**  
**Pengaruh Tingkat Penghasilan Orang Tua**  
**terhadap Biaya Pendidikan**

Tk. Penghasilan (dlm .000)	Tanggapan Responden					Jumlah
	SMa	Ma	Bi	Mu	SMu	
≤ 500	4	31	7	-	-	42
500 - 1.000	1	5	22	5	2	35
1.000 - 1.500	2	4	5	3	3	17
> 1.5000	0	0	1	2	3	6
Σ	7	40	35	10	8	100

fh biaya pendidikan

$$\leq 500 = \frac{42 \times 7}{100} = 2,94 \quad 500 - 1000 = \frac{35 \times 7}{100} = 2,45$$

$$\frac{42 \times 40}{100} = 16,80 \quad \frac{35 \times 40}{100} = 14,0$$

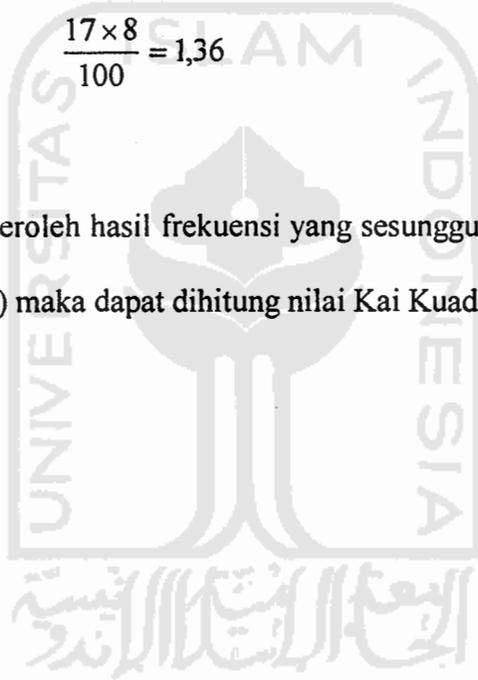
$$\frac{42 \times 35}{100} = 14,70 \quad \frac{35 \times 35}{100} = 12,25$$

$$\frac{42 \times 10}{100} = 4,2 \quad \frac{35 \times 10}{100} = 3,50$$

$$\frac{42 \times 8}{100} = 3,36 \quad \frac{35 \times 8}{100} = 2,80$$

$$\begin{array}{ll}
 1000 - 1.500 = \frac{17 \times 7}{100} = 1,19 & > 1.500 = \frac{6 \times 7}{100} = 0,42 \\
 \\
 \frac{17 \times 40}{100} = 6,80 & \frac{6 \times 40}{100} = 2,40 \\
 \\
 \frac{17 \times 35}{100} = 5,95 & \frac{6 \times 35}{100} = 2,10 \\
 \\
 \frac{17 \times 10}{100} = 1,70 & \frac{6 \times 10}{100} = 0,60 \\
 \\
 \frac{17 \times 8}{100} = 1,36 & \frac{6 \times 8}{100} = 0,48
 \end{array}$$

Setelah diperoleh hasil frekuensi yang sesungguhnya ( $f_o$ ) dan frekuensi harapan ( $f_h$ ) maka dapat dihitung nilai Kai Kuadrat sebagai berikut:



Tabel 4.28

**Hasil Perhitungan Kai Kuadrat**  
**Hubungan antara Tingkat Pendapatan Orang Tua**  
**Biaya Pendidikan**

Kategori	Penilaian	Fo	fh	fo-fh	$(fo-fh)^2$	$\frac{(fo-fh)^2}{fh}$
≤ 500	SMa	4	2,94	1,06	1,1236	0,3822
	Ma	31	16,80	14,2	20,164	1,2002
	Bi	7	14,70	-7,7	59,29	4,0333
	Mu	0	4,2	-4,2	17,64	4,2
	SMu	0	3,36	-3,36	11,2896	3,36
500 - 1.000	SMa	1	2,45	-1,45	2,1025	0,8582
	Ma	5	14,0	-9	81	5,7857
	Bi	22	12,25	9,75	95,0625	7,7602
	Mu	5	3,50	1,5	2,25	0,6429
	SMu	2	2,80	-0,8	0,64	0,2286
1.000- 1.500	SMa	2	1,19	0,81	0,6561	0,5513
	Ma	4	6,80	-2,8	7,84	1,1529
	Bi	5	5,59	-0,95	0,9025	0,1517
	Mu	3	1,70	1,3	1,69	0,9941
	SMu	32	1,36	1,64	2,6896	1,9776
1.5000	SMa	0	0,42	-0,42	0,1764	0,42
	Ma	0	1,40	-2,40	5,76	2,40
	Bi	1	2,10	1,1	1,21	0,5762
	Mu	2	0,60	1,4	1,96	3,2667
	Smu	3	0,48	2,52	6,3504	13,23
Jumlah		100	100	0		53,1718

2. Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$

$H_0$  : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut biaya pendidikan berdasarkan tingkat penghasilan orang tua.

$H_a$  : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut biaya pendidikan berdasarkan tingkat penghasilan orang tua.

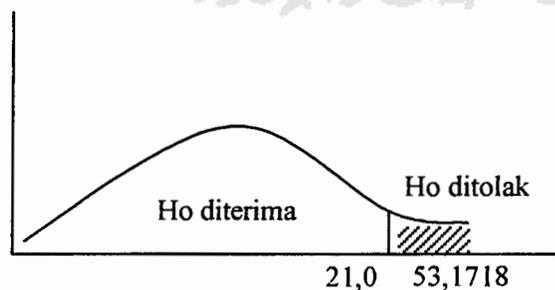
3. Dari hasil pengujian kai Kuadrat di atas maka diperoleh harga  $X^2$  hitung sebesar 53,1718. Dengan derajat kebebasan sebesar 12 dan taraf signifikansi 5 % maka diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 21,0.

4. Kesimpulan:

Karena  $X^2$  hitung  $>$   $X^2$  tabel maka  $H_0$  ditolak yang berarti bahwa ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap biaya pendidikan berdasarkan tingkat penghasilan orang tua.

5. Gambar 4.10

**Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar penghasilan orang tua terhadap biaya pendidikan**



**k. Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Atribut Kualitas Lokasi terhadap Tingkat Penghasilan Orang Tua.**

Dengan pegujian ini diharapkan dapat diketahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan tingkat penghasilan orang tua.

**Tabel 4.29**

**Pengaruh Tingkat Penghasilan Orang Tua terhadap Atribut Lokasi**

Tk. Penghasilan (dlm .000)	Tanggapan Responden					Jumlah
	SS	S	Bi	TS	STS	
≤ 500	5	21	8	7	1	42
500 - 1.000	9	12	5	9	-	35
1.000 - 1.500	2	4	4	5	2	17
> 1.5000	-	2	2	2	-	6
Σ	6	39	19	23	3	100

Sumber: Data Primer

1. mencari frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) dari penilaian responden terhadap atribut kualitas lokasi dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$f_h = \frac{\sum \text{baris} \times \sum \text{kolom}}{\sum \text{sampel}}$$

Berdasarkan rumus di atas maka dapat ditentukan frekuensi yang diharapkan untuk tingkat penghasilan orang tua yaitu sebagai berikut:

Fh kualitas lokasi

$$\begin{array}{l}
 \leq 500 = \frac{42 \times 16}{100} = 6,72 \quad 500 - 1000 = \frac{35 \times 16}{100} = 5,6 \\
 \frac{42 \times 39}{100} = 16,38 \quad \frac{35 \times 39}{100} = 13,65 \\
 \frac{42 \times 19}{100} = 7,98 \quad \frac{35 \times 19}{100} = 6,65 \\
 \frac{42 \times 23}{100} = 9,66 \quad \frac{35 \times 23}{100} = 8,05 \\
 \frac{42 \times 3}{100} = 1,26 \quad \frac{35 \times 3}{100} = 1,05 \\
 1000 - 1.500 = \frac{17 \times 16}{100} = 2,72 \quad > 1.500 = \frac{6 \times 16}{100} = 0,96 \\
 \frac{17 \times 39}{100} = 6,63 \quad \frac{6 \times 39}{100} = 2,34 \\
 \frac{17 \times 19}{100} = 3,23 \quad \frac{6 \times 19}{100} = 1,14 \\
 \frac{17 \times 23}{100} = 3,91 \quad \frac{6 \times 23}{100} = 1,38 \\
 \frac{17 \times 3}{100} = 0,51 \quad \frac{6 \times 3}{100} = 0,18
 \end{array}$$

Setelah diperoleh hasil frekuensi yang sesungguhnya ( $f_o$ ) dan frekuensi harapan ( $f_h$ ) maka dapat dihitung nilai Kai Kuadrat sebagai berikut:

**Tabel 4.30**  
**Hasil Perhitungan Kai Kuadrat**  
**Hubungan antara Penghasilan Orang Tua**  
**Terhadap Kualitas Lokasi**

Kategori	Penilaian	Fo	fh	fo-fh	(fo-fh) <sup>2</sup>	(fo - fh) <sup>2</sup>
						fh
≤ 500	SS	5	6,72	-1,72	2,9584	0,4402
	S	21	16,38	4,62	21,3444	1,3031
	B	8	7,98	0,02	0,0004	0,00005
	TS	7	9,66	-2,66	7,0756	0,7325
	STS	1	1,26	-0,26	0,0676	0,0537
500 - 1.000	SS	2	5,6	3,4	11,56	2,0623
	S	12	13,65	-1,65	2,7225	0,1995
	B	5	6,65	-1,65	2,7225	0,4094
	TS	9	8,05	0,45	0,9025	0,1121
	STS	0	1,05	-1,05	1,1025	1,05
1.000- 1.500	SS	2	2,72	-0,72	0,5184	0,1906
	S	4	6,63	-2,63	6,9169	1,0433
	B	4	3,23	0,77	0,5929	0,1836
	TS	5	3,91	1,09	1,1881	0,3039
	STS	2	0,51	1,49	2,2201	4,3531
1.5000	SS	0	0,96	-0,96	0,9216	0,96
	S	2	2,34	-0,34	0,1156	0,0494
	B	2	1,14	0,86	0,7396	0,6488
	TS	2	1,38	0,62	0,3844	0,2786
	STS	0	0,18	-0,18	0,0324	0,18
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100</b>	<b>0</b>		<b>14,5542</b>

## 2. Menentukan Ho dan Ha

Ho : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan tingkat penghasilan orang tua.

Ha : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan tingkat penghasilan orang tua.

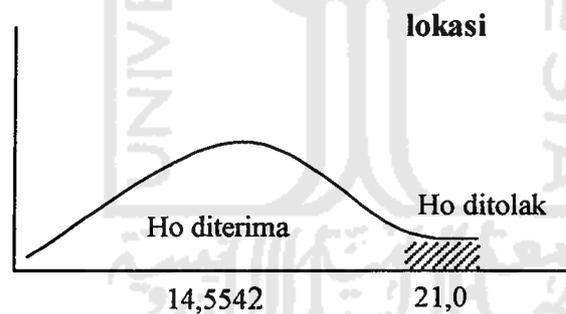
3. Dari hasil pengujian kai Kuadrat di atas maka diperoleh harga  $X^2$  hitung sebesar 14,5542. Dengan derajat kebebasan sebesar 12 dan taraf signifikansi 5 % maka diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 21,0

4. Kesimpulan:

Karena  $X^2$  hitung  $<$   $X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan tingkat penghasilan orang tua.

5. Gambar 4.11

**Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar penghasilan orang tua terhadap kualitas**



**l. Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Tingkat Penghasilan Orang Tua terhadap Atribut Kualitas promosi**

Dengan pengujian ini diharapkan dapat diketahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan tingkat penghasilan orang tua.

**Tabel 4.31**  
**Pengaruh Tingkat Penghasilan Orang Tua**  
**terhadap Atribut Kualitas Promosi**

Tk. Penghasilan (dlm .000)	Tanggapan Responden					Jumlah
	SE	E	Bi	TE	STE	
≤ 500	10	23	7	2	-	42
500 - 1.000	6	15	10	3	1	35
1.000 - 1.500	4	11	-	2	-	17
> 1.5000	2	4	-	-	-	6
Σ	22	53	17	7	1	100

Sumber: Data primer

1. Mencari frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) dari penilaian responden terhadap atribut kualitas promosi dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F_h = \frac{\Sigma \text{baris} \times \Sigma \text{kolom}}{\Sigma \text{sampel}}$$

Berdasarkan rumus di atas maka dapat ditentukan frekuensi yang diharapkan untuk tingkat penghasilan orang tua responden yaitu sebagai berikut:

Fh kualitas promosi

$$\leq 500 = \frac{42 \times 22}{100} = 9,24 \qquad 500 - 1000 = \frac{35 \times 22}{100} = 7,70$$

$$\frac{42 \times 53}{100} = 22,26 \qquad \frac{35 \times 53}{100} = 18,55$$

$$\frac{42 \times 17}{100} = 7,14 \qquad \frac{35 \times 17}{100} = 5,95$$

$$\frac{42 \times 7}{100} = 2,94$$

$$\frac{35 \times 7}{100} = 2,45$$

$$\frac{42 \times 1}{100} = 0,42$$

$$\frac{35 \times 1}{100} = 0,35$$

$$1000-1.500 = \frac{17 \times 22}{100} = 3,74$$

$$> 1.500 = \frac{6 \times 22}{100} = 1,32$$

$$\frac{17 \times 53}{100} = 9,01$$

$$\frac{6 \times 53}{100} = 3,18$$

$$\frac{17 \times 17}{100} = 2,89$$

$$\frac{6 \times 17}{100} = 1,02$$

$$\frac{17 \times 7}{100} = 1,19$$

$$\frac{6 \times 7}{100} = 0,42$$

$$\frac{17 \times 1}{100} = 0,17$$

$$\frac{6 \times 1}{100} = 0,06$$

Setelah diperoleh hasil frekuensi yang sesungguhnya ( $f_o$ ) dan frekuensi harapan ( $f_h$ ) maka dapat dihitung nilai Kai Kuadrat sebagai berikut:

Tabel 4.32

**Hasil Perhitungan Kai Kuadrat**

**Hubungan antara Tingkat Penghasilan Orang Tua**

**terhadap Kualitas Promosi**

Kategori	Penilaian	Fo	fh	(fo-fh)	(fo-fh) <sup>2</sup>	$\frac{(fo - fh)^2}{fh}$
≤ 500	SE	10	9,24	0,76	0,5776	0,0625
	E	23	22,26	0,74	0,5476	0,246
	B	7	7,14	-0,14	0,0196	0,0027
	TE	2	2,92	-0,94	0,8836	0,3005
	STE	0	0,42	-0,42	0,1764	0,42
500 - 1.000	SE	6	7,70	-1,7	2,89	0,3753
	E	15	18,55	-3,55	12,6025	0,6794
	B	10	5,95	4,05	16,4025	2,7567
	TE	3	2,45	0,55	0,3125	0,1235
	STE	1	0,35	0,65	0,4225	1,2071
1.000- 1.500	SE	4	3,74	0,26	0,0676	0,0181
	E	11	9,01	1,99	3,9601	0,4395
	B	0	2,89	-2,89	8,3521	2,89
	TE	2	1,19	0,81	0,6561	0,5513
	STE	0	0,17	-0,17	0,0289	0,17
1.5000	SE	2	1,32	0,68	1,4624	0,3503
	E	4	3,18	0,82	0,6724	0,2114
	B	0	1,02	-1,02	1,0404	1,02
	TE	0	0,42	-0,42	0,1764	0,42
	STE	0	0,06	-0,06	0,0036	0,06
Jumlah		100	100	0		12,0829

2. Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$ :

$H_0$  : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan tingkat penghasilan orang tua.

$H_a$  : Terdapat perbedaan penilaian konsumen berdasarkan atribut kualitas promosi berdasarkan tingkat penghasilan orang tua.

3. Dari hasil pengujian Kai Kuadrat di atas diperoleh harga  $X^2$  hitung sebesar 12,0829. Dengan derajat kebebasan 12 dan taraf signifikansi sebesar 5% diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 21,0.

4. Kesimpulan:

Karena  $X^2$  hitung  $<$   $X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan karakteristik tingkat penghasilan orang tua.

5. Gambar 4.12

**Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar penghasilan orang tua terhadap kualitas promosi**

