

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA**

Guna mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap Jasa Perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia khususnya Jasa Kurikuler (JK) yang ditawarkan yaitu Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, dan Penyajian Materi, maka akan dilakukan analisis data yang diperoleh dari hasil kuisisioner yang telah diisi oleh responden. Sebelum kuisisioner dipergunakan dalam pengukuran sesungguhnya, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas item pertanyaan. Uji validitas dan reliabilitas ini dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada 30 responden sebagai penelitian awal. Bila item-item pertanyaan dalam kuisisioner yang telah disebarkan kepada 30 responden tersebut dinyatakan valid atau sah dan reliabel atau terandal maka kuisisioner tersebut dapat digunakan untuk penelitian sesungguhnya. Hasil dari pengujian validitas dan reliabilitas yang dilakukan kepada 30 responden diperoleh hasil sebagai berikut :

#### **1. Uji Validitas**

Uji validitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengukur validitas dari item-item pertanyaan baik belief maupun ideal dalam kuisisioner yang akan digunakan dalam penelitian. Item-item pertanyaan dalam kuisisioner tersebut dapat dinyatakan valid apabila dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan uji

korelasi Product Moment dari Pearson, menurut Sutrisno Hadi dan Seno Pamardiyanto (1990, hlm. 23) dapat diperoleh dengan dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[(N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}]}}$$

Dimana :

- $r_{xy}$  = korelasi Product Moment
- N = cacah subjek uji-coba
- $\Sigma X$  = Sigma atau jumlah X (skor butir)
- $\Sigma X^2$  = Sigma X kuadrat
- $\Sigma Y$  = Sigma Y (skor faktor)
- $\Sigma Y^2$  = Sigma Y kuadrat
- $\Sigma XY$  = Sigma tangkar (perkalian) X dengan Y

Setelah dilakukan uji korelasi Product Moment dari Pearson dengan bantuan program SPSS 10.0, maka akan diperoleh hasil dari  $r_{xy}$  yang kemudian akan dibandingkan dengan hasil dari r tabel pada taraf signifikansi 5 % dengan Derajat bebas db=28 yang diperoleh dari  $N-2=30-2=28$  yaitu sebesar 0,239. Dari hasil pengujian yang dilakukan terhadap item-item pertanyaan belief dan ideal maka dapat diketahui masing-masing item pertanyaan belief dan ideal pada masing-masing Jasa Kurikuler (JK) dapat diidentifikasi validitasnya, yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.1  
 Nilai Validitas pada Belief Konsumen

Item No	rx <sub>y</sub>	r tabel	Status
<b>1. Kurikulum</b>			
B1.1	0,7135	0,239	Valid
B1.2	0,6223	0,239	Valid
B1.3	0,6929	0,239	Valid
B1.4	0,7393	0,239	Valid
<b>2. Rencana Akademik Semester</b>			
B2.1	0,5137	0,239	Valid
B2.2	0,6143	0,239	Valid
B2.3	0,5747	0,239	Valid
B2.4	0,3267	0,239	Valid
<b>3. Key-in</b>			
B3.1	0,3982	0,239	Valid
B3.2	0,5660	0,239	Valid
B3.3	0,5417	0,239	Valid
B3.4	0,4181	0,239	Valid
<b>4. Silabus</b>			
B4.1	0,5092	0,239	Valid
B4.2	0,4716	0,239	Valid
B4.3	0,5921	0,239	Valid
B4.4	0,4093	0,239	Valid
<b>5. Penyajian Materi</b>			
B5.1	0,4650	0,239	Valid
B5.2	0,5675	0,239	Valid
B5.3	0,4851	0,239	Valid
B5.4	0,6181	0,239	Valid

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan belief pada masing-masing Jasa Kurikuler (JK) dari B1.1 sampai dengan B5.4 seluruhnya valid atau sah karena nilai  $r$  korelasi Product Moment pada masing-masing item pertanyaan belief lebih besar dari nilai  $r$  tabel pada  $\alpha = 5\% = 0,05$  yang berarti bahwa seluruh item pertanyaan belief dapat digunakan dalam penelitian sesungguhnya.

Tabel 4.2  
 Nilai Validitas pada Ideal Konsumen

Item No	rx <sub>y</sub>	r tabel	Status
<b>1. Kurikulum</b>			
I1.1	0,5393	0,239	Valid
I1.2	0,7416	0,239	Valid
I1.3	0,6802	0,239	Valid
I1.4	0,5529	0,239	Valid
<b>2. Rencana Akademik Semester</b>	0,7053	0,239	Valid
I2.1	0,7273	0,239	Valid
I2.2	0,6280	0,239	Valid
I2.3	0,7136	0,239	Valid
I2.4			
<b>3. Key-in</b>			
I3.1	0,5420	0,239	Valid
I3.2	0,7336	0,239	Valid
I3.3	0,7496	0,239	Valid
I3.4	0,5416	0,239	Valid
<b>4. Silabus</b>			
I4.1	0,4885	0,239	Valid
I4.2	0,6760	0,239	Valid
I4.3	0,3401	0,239	Valid
I4.4	0,3852	0,239	Valid
<b>5. Penyajian Materi</b>			
I5.1	0,5434	0,239	Valid
I5.2	0,5972	0,239	Valid
I5.3	0,5677	0,239	Valid
I5.4	0,6419	0,239	Valid

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan ideal pada masing-masing Jasa Kurikuler (JK) dari I1.1 sampai dengan I5.4 seluruhnya valid atau sah karena nilai r korelasi Product Moment pada masing-masing item pertanyaan ideal lebih besar dari nilai r tabel pada  $\alpha = 5\% = 0,05$  yang berarti bahwa seluruh item pertanyaan ideal dapat digunakan dalam penelitian sesungguhnya.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur reliabilitas dari item-item pertanyaan dalam kuisioner. Item-item pertanyaan ideal dan belief tersebut dapat dinyatakan reliable atau terandalkan apabila digunakan dalam beberapa kali pengukuran untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama dimana koefisien alpha ( $\alpha$ ) harus lebih besar dari 0,6. Berdasarkan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan teknik koefisien alpha dari Cronbach dimana koefisien alpha ( $\alpha$ ) harus lebih besar dari 0,6 dan dengan bantuan komputer program SPSS 10.0 maka dapat diketahui besarnya koefisien reliabilitas atau yang disebut dengan koefisien Alpha ( $\alpha$ ) dari belief dan ideal untuk masing-masing Jasa Kurikuler (JK) yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.3  
Koefisien Alpha ( $\alpha$ ) pada Belief Konsumen

Keterangan Jasa Kurikuler (JK)	Koefisien Alpha ( $\alpha$ )	r	Status
1. Kurikulum	0,8513	0,6	Reliable
2. Rencana Akademik Semester (RAS)	0,7063	0,6	Reliable
3. Key-in	0,6838	0,6	Reliable
4. Silabus	0,6911	0,6	Reliable
5. Penyajian Materi	0,7385	0,6	Reliable

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui besarnya alpha ( $\alpha$ ) untuk belief pada masing-masing Jasa Kurikuler (JK) yaitu lebih besar dari 0,6 yang berarti bahwa seluruh item pertanyaan belief tersebut dapat dinyatakan reliable atau terandalkan.

Tabel 4.4  
Koefisien Alpha ( $\alpha$ ) pada Ideal Konsumen

Keterangan Jasa Kurikuler (JK)	Koefisien Alpha ( $\alpha$ )	r	Status
1. Kurikulum	0,8069	0,6	Reliable
2. Rencana Akademik Semester (RAS)	0,8390	0,6	Reliable
3. Key-in	0,8027	0,6	Reliable
4. Silabus	0,6743	0,6	Reliable
5. Penyajian Materi	0,7783	0,6	Reliable

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui besarnya alpha ( $\alpha$ ) untuk ideal pada masing-masing Jasa Kurikuler (JK) yaitu lebih besar dari 0,6 yang berarti bahwa seluruh item pertanyaan ideal tersebut dapat dinyatakan reliable atau terandalkan.

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas maka diperoleh hasil bahwa seluruh item pertanyaan belief dan ideal dinyatakan valid atau sah dan reliable atau terandal sehingga dapat dilakukan analisis data selanjutnya. Dalam analisis data untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap Jasa Perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia khususnya Jasa Kurikuler (JK) yang ditawarkan yaitu Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, dan Penyajian Materi, akan dilakukan dengan tahap-tahap sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden yang menggambarkan profile dari responden.
2. Analisis Multi Atribut Attitude Model (MAAM) untuk mengetahui sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yang ditawarkan.

3. Analisis Kruskal-Wallis yang dilakukan untuk membuktikan ada atau tidaknya perbedaan sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yang ditawarkan ditinjau dari karakteristik responden.

#### 4.1 Karakteristik Responden

Sebelum melakukan analisis Multi Atribut Attitude Model (MAAM) dan analisis Kruskal-Wallis berdasarkan kuisisioner yang telah disebarakan pada bagian pertama pertanyaan dapat diketahui jumlah responden berdasarkan karakteristiknya yaitu jenis kelamin, jurusan, dan angkatan tahun masuk yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

##### 1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.5  
Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Jumlah	Prosentase
Pria	31	31%
Wanita	69	69%
Total	100	100%

Sumber : Kuisisioner

Berdasarkan hasil jawaban pertanyaan kuisisioner pada bagian pertama diketahui bahwa jumlah responden terbanyak berdasarkan jenis kelamin adalah wanita yaitu 69 responden atau sebesar 69 % sedangkan pria hanya 31 responden atau sebesar 31 % saja.

## 2. Jurusan Responden

Tabel 4.6  
Jurusan Responden

Keterangan	Jumlah	Prosentase
Manajemen	44	44%
Akuntansi	40	40%
Ekonomi Pembangunan	16	16%
Total	100	100%

Sumber : Kuisisioner

Berdasarkan hasil jawaban pertanyaan kuisisioner pada bagian pertama diketahui bahwa jumlah responden terbanyak berdasarkan jurusan adalah jurusan Manajemen yaitu 44 responden atau sebesar 44 % sedangkan urutan kedua adalah jurusan Akuntansi yaitu 40 responden atau sebesar 40 % dan yang terakhir adalah jurusan Ekonomi Pembangunan hanya 16 responden atau hanya sebesar 16 % saja.

## 3. Angkatan Tahun Masuk Responden

Tabel 4.7  
Angkatan Tahun Masuk Responden

Keterangan	Jumlah	Prosentase
<2000	15	15%
2000/2001	21	21%
2001/2002	18	18%
2002/2003	28	28%
2003/2004	18	18%
Total	100	100%

Sumber : Kuisisioner

Berdasarkan hasil jawaban pertanyaan kuisioner pada bagian pertama diketahui bahwa jumlah responden terbanyak berdasarkan angkatan tahun masuk adalah angkatan tahun 2002/20003 yaitu 28 responden atau sebesar 28 % sedangkan urutan kedua adalah angkatan tahun 2000/2001 yaitu 21 responden atau sebesar 21 %, urutan ketiga adalah angkatan tahun 2001/2002 dan angkatan tahun 2003/2004 yaitu 18 responden atau sebesar 18 % dan urutan terakhir adalah angkatan sebelum tahun 2000 yaitu hanya 15 responden atau hanya 15 % saja.

#### 4. Jenis Kelamin Responden terhadap Jurusan Responden

Tabel 4.8

Jenis Kelamin Responden terhadap Jurusan Responden

Jenis Kelamin	Jurusan			Jumlah
	Manajemen	Akuntansi	Ek. Pembangunan	
Pria	13	11	7	31
Wanita	31	29	9	69
Jumlah	44	40	16	100

Sumber : Kuisioner

Berdasarkan hasil jawaban pertanyaan kuisioner pada bagian pertama yang dapat dilihat pada tabel diatas diketahui bahwa jumlah responden untuk jurusan Manajemen adalah 44 responden yang terdiri dari 13 responden pria dan 31 responden wanita, sedangkan untuk jurusan Akuntansi jumlah responden adalah 40 responden yang terdiri dari 11 responden pria dan 31 responden wanita, dan untuk jurusan Ekonomi Pembangunan jumlah responden adalah 16 responden yang terdiri dari 7 responden pria dan 9

responden wanita. Dari tabel tersebut, diketahui juga bahwa jumlah responden terbanyak untuk masing-masing jurusan adalah wanita.

5. Jenis Kelamin Responden terhadap Angkatan Tahun Masuk Responden

Tabel 4.9

Jenis Kelamin Responden terhadap Angkatan Tahun Masuk Responden

Jenis	Angkatan Tahun Masuk					Jumlah
	<2000	2000/2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004	
Pria	9	4	5	6	7	31
Wanita	6	17	13	22	11	69
Jumlah	15	21	18	28	18	100

Sumber : Kuisisioner

Berdasarkan hasil jawaban pertanyaan kuisisioner pada bagian pertama yang dapat dilihat pada tabel diatas diketahui bahwa jumlah responden untuk angkatan tahun masuk sebelum tahun 2000 adalah 15 responden yang terdiri dari 9 responden pria dan 6responden wanita, untuk angkatan tahun masuk 2000/2001 jumlah responden adalah 21 responden yang terdiri dari 4 responden pria dan 17 responden wanita, untuk angkatan tahun masuk 2001/2002 jumlah responden adalah 18 responden yang terdiri dari 5 responden pria dan 13 responden wanita, untuk angkatan tahun masuk 2002/2003 jumlah responden adalah 28 responden yang terdiri dari 6 responden pria dan 22 responden wanita, dan untuk angkatan tahun masuk 2003/2004 jumlah responden adalah 18 responden yang terdiri dari 7 responden pria dan 11 responden wanita. Dari tabel tersebut, diketahui juga bahwa jumlah responden terbanyak adalah wanita angkatan tahun masuk

2002/2003 yaitu berjumlah 22 responden sedangkan untuk responden pria terbanyak adalah angkatan tahun masuk sebelum tahun 2000 yaitu 9 responden.

#### 6. Jenis Kelamin, Jurusan dan Angkatan Tahun Masuk Responden

Tabel 4.10  
Jenis Kelamin, Jurusan dan Angkatan Tahun Masuk Responden

Angkatan Tahun Masuk	Manajemen		Akuntansi		Ekonomi Pembangunan		Jumlah
	Pria	Wanita	Pria	Wanita	Pria	Wanita	
<2000	2	4	2	2	5	-	15
2000/2001	1	9	3	6	-	2	21
2001/2002	4	6	1	6	-	1	18
2002/2003	3	6	3	12	-	4	28
2003/2004	3	6	2	3	2	2	18
<b>Jumlah</b>	<b>13</b>	<b>31</b>	<b>11</b>	<b>29</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Sumber : Kuisisioner

Berdasarkan hasil jawaban pertanyaan kuisisioner pada bagian pertama yang dapat dilihat pada tabel diatas diketahui bahwa jumlah responden pria jurusan Manajemen angkatan tahun masuk sebelum tahun 2000 adalah 2 responden dan jumlah responden wanita adalah 4 responden. Jumlah responden pria jurusan Manajemen angkatan tahun masuk 2000/2001 adalah 1 responden dan jumlah responden wanita adalah 9 responden. Jumlah responden pria jurusan Manajemen angkatan tahun masuk 2001/2002 adalah 4 responden dan jumlah responden wanita adalah 6 responden. Jumlah responden pria jurusan Manajemen angkatan tahun masuk 2002/2003 adalah 3 responden dan jumlah responden wanita adalah 6 responden. Jumlah

responden pria jurusan Manajemen angkatan tahun masuk 2003/2004 adalah 3 responden dan jumlah responden wanita adalah 6 responden. Sedangkan jumlah responden pria jurusan Akuntansi angkatan tahun masuk sebelum tahun 2000 adalah 2 responden dan jumlah responden wanita adalah 2 responden. Jumlah responden pria jurusan Akuntansi angkatan tahun masuk 2000/2001 adalah 3 responden dan jumlah responden wanita adalah 6 responden. Jumlah responden pria jurusan Akuntansi angkatan tahun masuk 2001/2002 adalah 1 responden dan jumlah responden wanita adalah 6 responden. Jumlah responden pria jurusan Akuntansi angkatan tahun masuk 2002/2003 adalah 3 responden dan jumlah responden wanita adalah 12 responden. Jumlah responden pria jurusan Akuntansi angkatan tahun masuk 2003/2004 adalah 2 responden dan jumlah responden wanita adalah 3 responden. Dan jumlah responden jurusan Ekonomi Pembangunan angkatan tahun masuk sebelum tahun 2000 hanya terdiri 5 responden pria saja. Jumlah responden jurusan Ekonomi Pembangunan angkatan tahun masuk 2000/2001 hanya terdiri 2 responden wanita saja. Jumlah responden jurusan Ekonomi Pembangunan angkatan tahun masuk 2001/2002 hanya terdiri 1 responden wanita saja. Jumlah responden jurusan Ekonomi Pembangunan angkatan tahun masuk 2002/2003 hanya terdiri 4 responden wanita saja. Jumlah responden pria jurusan Ekonomi Pembangunan angkatan tahun masuk 2003/2004 adalah 2 responden dan jumlah responden wanita adalah 2 responden. Dari tabel diatas juga diketahui bahwa jumlah responden

terbanyak adalah wanita jurusan Akuntansi angkatan tahun masuk 2002/2003 yaitu 12 responden.

#### 4.2 Analisis Multi Atribut Attitude Model (MAAM)

Guna mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yang ditawarkan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yaitu Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, dan Penyajian Materi, maka akan dilakukan analisis data tentang sikap konsumen yang dapat diukur dengan menggunakan analisis Multi Atribut Attitude Model (MAAM) yaitu dengan rumus :

$$Ab = \sum_{i=1}^n Wi [Ii - Bi]$$

Dimana :

**Ab** = Sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

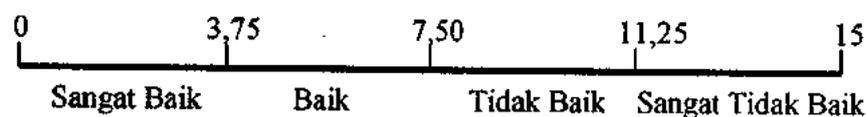
**Wi** = Bobot yang diberikan konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

**Ii** = Ideal konsumen pada Jasa Kurikuler (JK).

**Bi** = Belief konsumen pada Jasa Kurikuler (JK).

**n** = Jumlah jasa yang diperhitungkan.

Dengan analisis Multi Atribut Attitude Model (MAAM), akan diperoleh hasil perhitungan sikap konsumen untuk masing-masing Jasa Kurikuler (JK) yang kemudian akan diinterpretasikan ke dalam skala sikap dengan 4 interval yaitu Sangat Baik (0 sampai 3,75), Baik (3,76 sampai 7,50), Tidak Baik (7,51 sampai 11,25), dan Sangat Tidak Baik (11,26 sampai 15) yang diperoleh dari interval :  $5(4 - 1) = 15$  artinya interval tersebut akan dimulai dari 0 yang bernilai positif disisi kiri sampai 15 yang bernilai negatif disisi kanan sehingga akan diketahui dimana letak sikap konsumen (Ab) secara keseluruhan terhadap Jasa Kurikuler (JK) yang dapat dilihat dalam skala sikap dibawah ini :



Skala sikap diatas akan menunjukkan sikap konsumen yang dalam hal ini adalah mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia terhadap masing-masing Jasa Kurikuler (JK) yaitu Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, dan Penyajian Materi, yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

#### 1. Analisis Sikap Konsumen terhadap Kurikulum

Berdasarkan hasil analisis Multi Atribut Attitude Model (MAAM) yang dilakukan maka dapat diketahui sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Kurikulum yang dapat dilihat pada Tabel 4.11 :

Tabel 4.11  
Sikap Konsumen terhadap Kurikulum

Res	Ideal ( <i>Ii</i> ) Kurikulum					Belief ( <i>Bi</i> ) Kurikulum					<i>Ii - Bi</i>	<i>Wi</i>	Ab= $[Ii - Bi]Wi$
	1	2	3	4	<i>Ii</i>	1	2	3	4	<i>Bi</i>			
1	4	4	3	3	3,50	4	4	3	3	3,50	0,00	2	0,00
2	4	4	4	3	3,75	3	3	3	3	3,00	0,75	2	1,50
3	2	4	4	4	3,50	4	3	3	3	3,25	0,25	2	0,50
↓													
100	3	3	3	4	3,25	3	3	3	4	3,25	0,00	5	0,00
												Sum	146,75
												N	100
												Mean	1,4675

Sumber : Lampiran IV

Pada Tabel 4.11 kolom pertama Res menunjukkan responden ke-1 sampai dengan responden ke-100 yang terdiri dari mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang mengisi kuisioner. Kolom kedua yaitu kolom Ideal (*Ii*) Kurikulum, Ideal (*Ii*) Kurikulum merupakan kondisi yang diharapkan konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Kurikulum. Di dalam kolom kedua Ideal (*Ii*) Kurikulum ini, terdapat kolom 1,2,3,4 yang menunjukkan jumlah pertanyaan Ideal untuk Kurikulum dan kolom *Ii* menunjukkan nilai rata-rata Ideal yang diperoleh dari pembagian Jumlah Seluruh Hasil Nilai Ideal dibagi dengan Jumlah Pertanyaan Ideal untuk masing-masing responden. Kolom ketiga yaitu kolom Belief (*Bi*) Kurikulum, Belief (*Bi*) Kurikulum merupakan kondisi yang dirasakan konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Kurikulum yang didalamnya juga terdapat kolom 1,2,3,4 yang menunjukkan jumlah

pertanyaan Belief untuk Kurikulum dan kolom  $B_i$  menunjukkan nilai rata-rata Belief yang diperoleh dari pembagian Jumlah Seluruh Hasil Nilai Belief dibagi dengan Jumlah Pertanyaan Belief untuk masing-masing responden. Kolom keempat yaitu kolom  $I_i - B_i$  yang diperoleh dari pengurangan hasil dari  $I_i$  dengan  $B_i$  dari masing-masing responden. Kolom kelima yaitu kolom  $W_i$  menunjukkan kolom urutan kepentingan Kurikulum dari hasil penilaian masing-masing responden. Kolom terakhir, kolom keenam yaitu kolom sikap konsumen ( $A_b$ ) yang diperoleh dari perkalian hasil  $I_i - B_i$  dengan  $W_i$  dari masing-masing responden. Hasil perhitungan sikap konsumen total ( $A_b$  Total) terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Kurikulum dapat dilihat pada Mean sebesar 1,4675 yang diperoleh dari pembagian seluruh penjumlahan (Sum) hasil sikap konsumen ( $A_b$ ) dari masing-masing responden yaitu sebesar 146,75 dengan jumlah responden (N) yaitu 100 responden.

Berdasarkan hasil analisis Multi Atribut Attitude Model (MAAM) yang dilakukan untuk mengukur sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Kurikulum diperoleh total hasil perhitungan sikap konsumen sebesar 1,4675 yang berarti bahwa sikap konsumen terhadap kurikulum adalah sangat baik karena terletak antara 0 sampai 3,75 dalam skala sikap. Sikap konsumen terhadap kurikulum yang sangat baik ini, berarti menunjukkan bahwa kurikulum yang ditawarkan oleh Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi maupun Jurusan Ekonomi Pembangunan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia baik kurikulum lama yang diperuntukkan bagi mahasiswa-mahasiswi angkatan tahun masuk 1999 dan

sebelumnya maupun kurikulum baru yang diperuntukkan bagi mahasiswa-mahasiswi untuk angkatan tahun masuk 2000 dan setelahnya telah sesuai dengan keinginan dan harapan dari konsumen yaitu mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Sikap konsumen yang sangat baik ini, karena kurikulum yang ditawarkan oleh oleh Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi maupun Jurusan Ekonomi Pembangunan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia selalu ditinjau secara berkala agar tidak ketinggalan dan dapat mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan perubahan teknologi terutama untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa-mahasiswi dalam menghadapi dunia kerja baik lokal, nasional, maupun internasional bahkan informasi tentang kurikulum ini dapat dilihat secara jelas dan terperinci dalam Buku Pedoman Akademis yang diperoleh mahasiswa-mahasiswi sebelum berlangsung masa perkuliahan. Kurikulum yang dirasakan oleh konsumen yang sudah sesuai dengan keinginan dan harapan tentu saja memiliki peran yang sangat besar terhadap pembentukan sikap konsumen yang sangat baik terhadap kurikulum yang ditawarkan Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi maupun Jurusan Ekonomi Pembangunan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

## 2. Analisis Sikap Konsumen terhadap Rencana Akademik Semester (RAS)

Berdasarkan hasil analisis Multi Atribut Attitude Model (MAAM) yang dilakukan maka dapat diketahui sikap konsumen terhadap Jasa

Kurikuler (JK) yaitu Rencana Akademik Semester (RAS) yang dapat dilihat pada Tabel 4.12 :

Tabel 4.12  
Sikap Konsumen terhadap Rencana Akademik Semester (RAS)

Res	Ideal ( $I_i$ ) RAS					Belief ( $B_i$ ) RAS					$I_i - B_i$	$W_i$	Ab= $[I_i - B_i]W_i$
	1	2	3	4	$I_i$	1	2	3	4	$B_i$			
1	4	3	4	4	3,75	3	3	3	3	3,00	0,75	3	2,25
2	3	3	4	4	3,50	3	3	4	3	3,25	0,25	3	0,75
3	4	4	4	3	3,75	4	3	3	3	3,25	0,50	1	0,50
⋮													
↓													
100	3	3	4	3	3,25	4	3	3	3	3,25	0,00	2	0,00
												Sum	125,75
												N	100
												Mean	1,2575

Sumber : Lampiran IV

Pada Tabel 4.12 kolom pertama Res menunjukkan responden ke-1 sampai dengan responden ke-100 yang terdiri dari mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang mengisi kuisioner. Kolom kedua yaitu kolom Ideal ( $I_i$ ) Rencana Akademik Semester (RAS), Ideal ( $I_i$ ) Rencana Akademik Semester (RAS) merupakan kondisi yang diharapkan konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Rencana Akademik Semester (RAS). Di dalam kolom kedua Ideal ( $I_i$ ) Rencana Akademik Semester (RAS) ini, terdapat kolom 1,2,3,4 yang menunjukkan jumlah pertanyaan Ideal untuk Rencana Akademik Semester (RAS) dan kolom  $I_i$  menunjukkan nilai rata-rata Ideal yang diperoleh dari pembagian Jumlah Seluruh Hasil Nilai Ideal dibagi dengan Jumlah Pertanyaan Ideal untuk

masing-masing responden. Kolom ketiga yaitu kolom Belief ( $B_i$ ) Rencana Akademik Semester (RAS), Belief ( $B_i$ ) Rencana Akademik Semester (RAS) merupakan kondisi yang dirasakan konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Rencana Akademik Semester (RAS) yang didalamnya juga terdapat kolom 1,2,3,4 yang menunjukkan jumlah pertanyaan Belief untuk Rencana Akademik Semester (RAS) dan kolom  $B_i$  menunjukkan nilai rata-rata Belief yang diperoleh dari pembagian Jumlah Seluruh Hasil Nilai Belief dibagi dengan Jumlah Pertanyaan Belief untuk masing-masing responden. Kolom keempat yaitu kolom  $I_i - B_i$  yang diperoleh dari pengurangan hasil dari  $I_i$  dengan  $B_i$  dari masing-masing responden. Kolom kelima yaitu kolom  $W_i$  menunjukkan kolom urutan kepentingan Rencana Akademik Semester (RAS) dari hasil penilaian masing-masing responden. Kolom terakhir, kolom keenam yaitu kolom sikap konsumen ( $Ab$ ) yang diperoleh dari perkalian hasil  $I_i - B_i$  dengan  $W_i$  dari masing-masing responden. Hasil perhitungan sikap konsumen total ( $Ab$  Total) terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Rencana Akademik Semester (RAS) dapat dilihat pada Mean sebesar 1,2575 yang diperoleh dari pembagian seluruh penjumlahan (Sum) hasil sikap konsumen ( $Ab$ ) dari masing-masing responden yaitu sebesar 125,75 dengan jumlah responden ( $N$ ) yaitu 100 responden.

Berdasarkan hasil analisis Multi Atribut Attitude Model (MAAM) yang dilakukan untuk mengukur sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Rencana Akademik Semester (RAS) diperoleh total hasil perhitungan sikap konsumen sebesar 1,2575 yang berarti bahwa sikap

konsumen terhadap Rencana Akademik Semester (RAS) adalah sangat baik karena terletak antara 0 sampai 3,75 dalam skala sikap. Sikap konsumen terhadap Rencana Akademik Semester (RAS) yang sangat baik ini, karena keadaan yang dirasakan oleh konsumen terhadap Rencana Akademik Semester (RAS) yang ditawarkan oleh masing-masing jurusan baik Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi maupun Jurusan Ekonomi Pembangunan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia sudah sesuai dengan keinginan dan harapan dari mahasiswa-mahasiswi sebagai konsumen. Rencana Akademik Semester (RAS) yang akan ditawarkan setiap semesternya yang diperuntukkan bagi setiap angkatan tahun masuk baik kurikulum lama (angkatan tahun masuk 1999 dan sebelumnya) maupun kurikulum baru (angkatan tahun masuk 2000 dan sesudahnya) sedapat mungkin sesuai dengan keinginan dari mahasiswa-mahasiswi yang akan mengambil mata kuliah di semester tersebut baik dalam hal mata kuliah yang ditawarkan di semester tersebut, kelas dan kuota yang ditawarkan pada setiap mata kuliah, maupun jalur mata kuliah yang akan diambil di semester tersebut sudah sesuai dengan jalur pengambilan mata kuliah di setiap semesternya yang terdapat dalam Buku Pedoman Akademis sehingga setiap mahasiswa tidak akan merasa dibedakan satu sama lainnya.. Dengan keadaan tersebut, dimana setiap mahasiswa merasa terpenuhi keinginannya tentu saja akan berperan besar terhadap pembentukan sikap yang sangat baik terhadap Rencana Akademik Semester yang ditawarkan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

### 3. Analisis Sikap Konsumen terhadap Key-in

Berdasarkan hasil analisis Multi Atribut Attitude Model (MAAM) yang dilakukan maka dapat diketahui sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Key-in yang dapat dilihat pada Tabel 4.13 :

Tabel 4.13  
Sikap Konsumen terhadap Key-in

Res	Ideal ( <i>I<sub>i</sub></i> ) Key-in				Belief ( <i>B<sub>i</sub></i> ) Key-in				<i>I<sub>i</sub> - B<sub>i</sub></i>	<i>W<sub>i</sub></i>	Ab= $[I_i - B_i]W_i$		
	1	2	3	4	<i>I<sub>i</sub></i>	1	2	3				4	<i>B<sub>i</sub></i>
1	4	3	4	4	3,75	3	3	3	3	3,00	0,75	5	3,75
2	4	4	4	3	3,75	2	1	1	3	1,75	2,00	4	8,00
3	4	4	3	4	3,75	2	2	2	3	2,25	1,50	3	4,50
⋮													
⋮													
⋮													
100	2	2	2	2	2,00	4	3	2	3	3,00	1,00	2	2,00
											Sum	192,50	
											N	100	
											Mean	1,9250	

Sumber : Lampiran IV

Pada Tabel 4.13 kolom pertama Res menunjukkan responden ke-1 sampai dengan responden ke-100 yang terdiri dari mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang mengisi kuisioner. Kolom kedua yaitu kolom Ideal (*I<sub>i</sub>*) Key-in, Ideal (*I<sub>i</sub>*) Key-in merupakan kondisi yang diharapkan konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Key-in. Di dalam kolom kedua Ideal (*I<sub>i</sub>*) Key-in ini, terdapat kolom 1,2,3,4 yang menunjukkan jumlah pertanyaan Ideal untuk Key-in dan kolom *I<sub>i</sub>* menunjukkan nilai rata-rata Ideal yang diperoleh dari pembagian Jumlah Seluruh Hasil Nilai Ideal dibagi dengan Jumlah Pertanyaan Ideal untuk

masing-masing responden. Kolom ketiga yaitu kolom Belief ( $B_i$ ) Key-in, Belief ( $B_i$ ) Key-in merupakan kondisi yang dirasakan konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Key-in yang didalamnya juga terdapat kolom 1,2,3,4 yang menunjukkan jumlah pertanyaan Belief untuk Key-in dan kolom  $B_i$  menunjukkan nilai rata-rata Belief yang diperoleh dari pembagian Jumlah Seluruh Hasil Nilai Belief dibagi dengan Jumlah Pertanyaan Belief untuk masing-masing responden. Kolom keempat yaitu kolom  $I_i - B_i$  yang diperoleh dari pengurangan hasil dari  $I_i$  dengan  $B_i$  dari masing-masing responden. Kolom kelima yaitu kolom  $W_i$  menunjukkan kolom urutan kepentingan Key-in dari hasil penilaian masing-masing responden. Kolom terakhir, kolom keenam yaitu kolom sikap konsumen ( $Ab$ ) yang diperoleh dari perkalian hasil  $I_i - B_i$  dengan  $W_i$  dari masing-masing responden. Hasil perhitungan sikap konsumen total ( $Ab$  Total) terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Key-in dapat dilihat pada Mean sebesar 1,9250 yang diperoleh dari pembagian seluruh penjumlahan (Sum) hasil sikap konsumen ( $Ab$ ) dari masing-masing responden yaitu sebesar 192,50 dengan jumlah responden ( $N$ ) yaitu 100 responden.

Berdasarkan hasil analisis Multi Atribut Attitude Model (MAAM) yang dilakukan untuk mengukur sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Key-in diperoleh total hasil perhitungan sikap konsumen sebesar 1,9250 yang berarti bahwa sikap konsumen terhadap key-in adalah sangat baik karena terletak antara 0 sampai 3,75 dalam skala sikap. Sikap konsumen terhadap key-in yang sangat baik ini, berarti menunjukkan bahwa key-in yang

yang dilaksanakan oleh Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi maupun Jurusan Ekonomi Pembangunan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dalam pelaksanaannya sudah sesuai dengan keinginan dan harapan dari mahasiswa-mahasiswi yang melaksanakan key-in di setiap semesternya untuk memilih mata kuliah yang akan diambil di semester tersebut. Pengaturan dan pembagian waktu pelaksanaan key-in untuk mahasiswa angkatan lama (angkatan tahun masuk 1999 dan sebelumnya) maupun kurikulum baru (angkatan tahun masuk 2000 dan sesudahnya) yang sudah sesuai dengan jadwal yang direncanakan dan waktu pelaksanaan key-in juga sudah disesuaikan dengan keinginan dari para mahasiswa yang didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai pada waktu pelaksanaan key-in mulai dari pemenuhan kebutuhan akan jumlah komputer, jumlah kelas dan kuota yang dapat menampung seluruh mahasiswa yang akan mengambil mata kuliah tersebut, pengambilan bukti key-in yang telah diatur waktu dan jadwal pengambilannya bagi mahasiswa angkatan lama dan mahasiswa angkatan baru serta pelaksanaan revisi key-in yang dapat berlangsung tepat waktu sesuai dengan jadwal sehingga tidak akan mengganggu pelaksanaan perkuliahan yang akan berlangsung. Disamping itu, dengan pengaturan pelaksanaan key-in agar tidak terjadi antrian panjang yang membuat mahasiswa merasa tidak nyaman bahkan terkadang menimbulkan keributan diantara para mahasiswa yang mengantri sedapat mungkin dihindari sehingga setiap mahasiswa akan merasa nyaman dalam melaksanakan key-in.

Kenyamanan dalam pelaksanaan key-in memiliki peran yang sangat besar terhadap pembentukan sikap konsumen yang sangat baik terhadap key-in.

#### 4. Analisis Sikap Konsumen terhadap Silabus

Berdasarkan hasil analisis Multi Atribut Attitude Model (MAAM) yang dilakukan maka dapat diketahui sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Silabus yang dapat dilihat pada tabel 4.14 :

Tabel 4.14  
Sikap Konsumen terhadap Silabus

Res	Ideal ( $I_i$ ) Silabus					Belief ( $B_i$ ) Silabus					$I_i - B_i$	$W_i$	Ab= $[I_i - B_i]W_i$
	1	2	3	4	$I_i$	1	2	3	4	$B_i$			
1	4	4	3	3	3,50	4	4	3	3	3,50	0,00	1	0,00
2	4	4	4	4	4,00	3	3	3	2	2,75	1,25	1	1,25
3	4	4	3	4	3,75	3	3	3	4	3,25	0,50	4	2,00
↓													
↓													
100	4	4	4	4	4,00	3	3	3	2	2,75	1,25	4	5,00
												Sum	112,75
												N	100
												Mean	1,1275

Sumber : Lampiran IV

Pada Tabel 4.14 kolom pertama Res menunjukkan responden yaitu responden ke-1 sampai dengan responden ke-100 yang terdiri dari mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang mengisi kuisioner. Kolom kedua yaitu kolom Ideal ( $I_i$ ) Silabus, Ideal ( $I_i$ ) Silabus merupakan kondisi yang diharapkan konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Silabus. Di dalam kolom kedua Ideal ( $I_i$ ) Silabus ini,

terdapat kolom 1,2,3,4 yang menunjukkan jumlah pertanyaan Ideal untuk Silabus dan kolom  $I_i$  menunjukkan nilai rata-rata Ideal yang diperoleh dari pembagian Jumlah Seluruh Hasil Nilai Ideal dibagi dengan Jumlah Pertanyaan Ideal untuk masing-masing responden. Kolom ketiga yaitu kolom Belief ( $B_i$ ) Silabus, Belief ( $B_i$ ) Silabus merupakan kondisi yang dirasakan konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Silabus yang didalamnya juga terdapat kolom 1,2,3,4 yang menunjukkan jumlah pertanyaan Belief untuk Silabus dan kolom  $B_i$  menunjukkan nilai rata-rata Belief yang diperoleh dari pembagian Jumlah Seluruh Hasil Nilai Belief dibagi dengan Jumlah Pertanyaan Belief untuk masing-masing responden. Kolom keempat yaitu kolom  $I_i - B_i$  yang diperoleh dari pengurangan hasil dari  $I_i$  dengan  $B_i$  dari masing-masing responden. Kolom kelima yaitu kolom  $W_i$  menunjukkan kolom urutan kepentingan Silabus dari hasil penilaian masing-masing responden. Kolom terakhir, kolom keenam yaitu kolom sikap konsumen ( $Ab$ ) yang diperoleh dari perkalian hasil  $I_i - B_i$  dengan  $W_i$  dari masing-masing responden. Hasil perhitungan sikap konsumen total ( $Ab$  Total) terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Silabus dapat dilihat pada Mean sebesar 1,1275 yang diperoleh dari pembagian seluruh penjumlahan (Sum) hasil sikap konsumen ( $Ab$ ) dari masing-masing responden yaitu sebesar 112,75 dengan jumlah responden ( $N$ ) yaitu 100 responden.

Berdasarkan hasil analisis Multi Atribut Attitude Model (MAAM) yang dilakukan untuk mengukur sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Silabus diperoleh total hasil perhitungan sikap konsumen sebesar

1,1275 yang berarti bahwa sikap konsumen terhadap silabus adalah sangat baik karena terletak antara 0 sampai 3,75 dalam skala sikap. Sikap konsumen terhadap silabus yang sangat baik ini, berarti menunjukkan bahwa silabus untuk masing-masing jurusan baik Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi maupun Jurusan Ekonomi Pembangunan yang biasanya diberikan pada awal masa perkuliahan dalam satu semester oleh masing-masing dosen mata kuliah telah memenuhi keinginan dari para mahasiswa. Silabus yang baik tentu saja adalah silabus yang telah memenuhi standar kriteria dari suatu silabus seperti : dibagikan pada pertemuan pertama semester, dibicarakan secara terbuka dan jelas, pencantuman materi perkuliahan, pencantuman pokok bahasan, pencantuman sub-sub pokok bahasan, buku teks dan bacaan pendukung juga dicantumkan dengan jelas, halaman buku teks yang perlu dibaca untuk setiap pertemuan juga dicantumkan, jumlah pertemuan dirancang dengan sistematis, lama waktu pembahasan materi, penjelasan perolehan nilai, dan tugas-tugas yang harus dilakukan oleh setiap mahasiswa baik perorangan atau kelompok yang berupa : tanya jawab, diskusi, maupun tugas rumah. Bagaimanapun juga dalam suatu pelaksanaan perkuliahan, silabus merupakan bagian yang terpenting karena dengan silabus yang baik tentu saja perkuliahan dapat berjalan sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan sehingga seluruh materi perkuliahan dapat selesai tepat waktu yang dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi para mahasiswa.

### 5. Analisis Sikap Konsumen terhadap Penyajian Materi

Berdasarkan hasil analisis Multi Atribut Attitude Model (MAAM) yang dilakukan maka dapat diketahui sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Penyajian Materi yang dapat dilihat pada Tabel 4.15 :

Tabel 4.15  
Sikap Konsumen terhadap Penyajian Materi

Res	Ideal ( <i>I<sub>i</sub></i> ) Peny. Materi				Belief ( <i>B<sub>i</sub></i> ) Peny. Materi				<i>I<sub>i</sub> - B<sub>i</sub></i>	<i>W<sub>i</sub></i>	Ab= [ <i>I<sub>i</sub> - B<sub>i</sub></i> ] <i>W<sub>i</sub></i>		
	1	2	3	4	<i>I<sub>i</sub></i>	1	2	3				4	<i>B<sub>i</sub></i>
1	3	3	4	4	3,50	3	3	3	3	3,00	0,50	4	2,00
2	4	4	3	4	3,75	3	2	2	3	2,50	1,25	5	6,25
3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00	0,00	5	0,00
⋮													
↓													
100	3	3	4	4	3,50	3	3	3	4	3,25	0,25	3	0,75
											Sum	139,50	
											N	100	
											Mean	1,3950	

Sumber : Lampiran IV

Pada Tabel 4.15 kolom pertama Res menunjukkan responden yaitu responden ke-1 sampai dengan responden ke-100 yang terdiri dari mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang mengisi kuisioner. Kolom kedua yaitu kolom Ideal (*I<sub>i</sub>*) Penyajian Materi, Ideal (*I<sub>i</sub>*) Penyajian Materi merupakan kondisi yang diharapkan konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Penyajian Materi. Di dalam kolom kedua Ideal (*I<sub>i</sub>*) Penyajian Materi ini, terdapat kolom 1,2,3,4 yang menunjukkan jumlah pertanyaan Ideal untuk Penyajian Materi dan kolom *I<sub>i</sub>* menunjukkan nilai rata-rata Ideal yang diperoleh dari pembagian Jumlah Seluruh Hasil

Nilai Ideal dibagi dengan Jumlah Pertanyaan Ideal untuk masing-masing responden. Kolom ketiga yaitu kolom Belief ( $B_i$ ) Penyajian Materi, Belief ( $B_i$ ) Penyajian Materi merupakan kondisi yang dirasakan konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Penyajian Materi yang didalamnya juga terdapat kolom 1,2,3,4 yang menunjukkan jumlah pertanyaan Belief untuk Penyajian Materi dan kolom  $B_i$  menunjukkan nilai rata-rata Belief yang diperoleh dari pembagian Jumlah Seluruh Hasil Nilai Belief dibagi dengan Jumlah Pertanyaan Belief untuk masing-masing responden. Kolom keempat yaitu kolom  $I_i - B_i$  yang diperoleh dari pengurangan hasil dari  $I_i$  dengan  $B_i$  dari masing-masing responden. Kolom kelima yaitu kolom  $W_i$  menunjukkan kolom urutan kepentingan Penyajian Materi dari hasil penilaian masing-masing responden. Kolom terakhir, kolom keenam yaitu kolom sikap konsumen ( $A_b$ ) yang diperoleh dari perkalian hasil  $I_i - B_i$  dengan  $W_i$  dari masing-masing responden. Hasil perhitungan sikap konsumen total ( $A_b$  Total) terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Penyajian Materi dapat dilihat pada Mean sebesar 1,3950 yang diperoleh dari pembagian seluruh penjumlahan (Sum) hasil sikap konsumen ( $A_b$ ) dari masing-masing responden yaitu sebesar 139,50 dengan jumlah responden (N) yaitu 100 responden.

Berdasarkan hasil analisis Multi Atribut Attitude Model (MAAM) yang dilakukan untuk mengukur sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Penyajian Materi diperoleh total hasil perhitungan sikap konsumen sebesar 1,3950 yang berarti bahwa sikap konsumen terhadap penyajian materi adalah sangat baik karena terletak antara 0 sampai 3,75 dalam skala sikap.

Sikap konsumen terhadap penyajian materi yang sangat baik ini, berarti menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan sebuah perkuliahan dosen dapat menyajikan materi perkuliahan dengan sebaik mungkin dimana dosen tersebut dapat menimbulkan motivasi bagi seluruh mahasiswa, mengarahkan perhatian mahasiswa terhadap mata kuliah tersebut, membentuk pemahaman mahasiswa tentang mata kuliah yang telah dijelaskan serta dapat mengembangkan mahasiswa membentuk daya ingat maupun daya aplikasi. Sikap konsumen yang sangat baik terhadap materi yang disajikan tidak lepas dari peran seorang dosen sebagai pengajar karena bagaimanapun pelaksanaan perkuliahan akan tetap berjalan bila dosen sebagai pengajar mampu menghidupkan suasana perkuliahan yang mungkin kurang mendukung seperti : memberikan contoh-contoh yang menarik selama pembahasan materi, memberi kesempatan mahasiswa untuk mengeluarkan pendapatnya, mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada para mahasiswa yang relevan dan memotivasi, mengadakan diskusi-diskusi kecil tentang materi yang disajikan atau memberikan sedikit informasi tentang dunia kerja. Bila pelaksanaan perkuliahan dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan harapan dan keinginan dari para mahasiswa tentu akan membawa dampak yang positif terhadap sikap para mahasiswa.

#### 6. Analisis Total Sikap Konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK)

Berdasarkan hasil analisis Multi Atribut Attitude Model (MAAM) yang dilakukan terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Kurikulum, Rencana

Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, dan Penyajian Materi, maka akan diperoleh total hasil perhitungan sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yaitu Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, dan Penyajian Materi, yang dapat dilihat pada Tabel 4.16 :

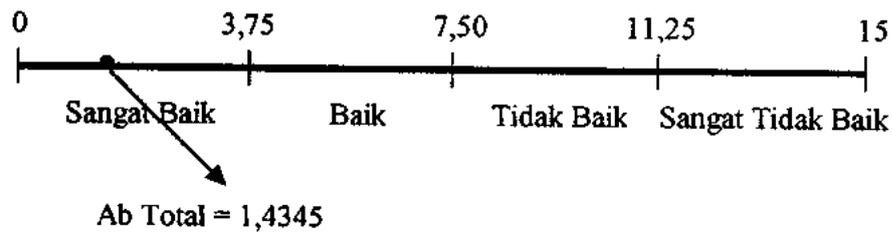
Tabel 4.16  
Sikap Konsumen (Ab) Total terhadap Jasa Kurikuler (JK)

Keterangan Jasa Kurikuler (JK)	Ab
1. Kurikulum	1,4675
2. Rencana Akademik Semester (RAS)	1,2575
3. Key-in	1,9250
4. Silabus	1,1275
5. Penyajian Materi	1,3950
Sikap Konsumen Total terhadap Jasa Kurikuler (JK) Sum	7,1725
N	5
Mean	1,4345

Sumber : Lampiran IV

Pada Tabel 4.16 kolom pertama menunjukkan Jasa Kurikuler (JK) yang ditawarkan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang meliputi Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, dan Penyajian Materi. Kolom kedua Ab menunjukkan besarnya sikap konsumen dari masing-masing Jasa Kurikuler (JK) yaitu Kurikulum sebesar 1,4675, Rencana Akademik Semester (RAS) sebesar 1,2575, Key-in sebesar 1,9250, Silabus sebesar 1,1275, dan Penyajian Materi sebesar 1,3950 dan dari total hasil perhitungan sikap konsumen yang dapat dilihat pada kolom terakhir Tabel 4.16 menunjukkan bahwa total hasil perhitungan sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia sebesar 1,4345 yang terletak antara 0 sampai 3,75 dalam

skala sikap yang berarti bahwa sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) adalah sangat baik yang dapat dilihat dibawah ini :



Meskipun dari Tabel 4.16 diketahui bahwa kelima Jasa Kurikuler (JK) baik Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, maupun Penyajian Materi berada dalam skala sikap sangat baik yaitu 1,4345 yang terletak antara 0 sampai 3,75, dapat juga diketahui urutan sikap konsumen dari kelima Jasa Kurikuler (JK) yang ditawarkan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dari urutan yang terendah sampai dengan yang tertinggi adalah sebagai berikut :

- |                                    |          |
|------------------------------------|----------|
| 1. Silabus                         | = 1,1275 |
| 2. Rencana Akademik Semester (RAS) | = 1,2575 |
| 3. Penyajian Materi                | = 1,3950 |
| 4. Kurikulum                       | = 1,4675 |
| 5. Key-in                          | = 1,9250 |

Dari urutan tersebut, Jasa Kurikuler (JK) yang menempati urutan pertama dari hasil perhitungan sikap konsumen berarti bahwa sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) tersebut adalah yang paling baik karena mendekati harapan konsumen dimana sikap konsumen yang paling baik adalah saat ideal atau harapan sudah dipenuhi oleh belief atau kondisi yang dirasakan ( $I_i = B_i$ )

sehingga semakin rendah hasil sikap konsumen yang diperoleh dari Jasa Kurikuler (JK) tersebut semakin baik sikap konsumen terhadap dari Jasa Kurikuler (JK) tersebut.

Berdasarkan hasil urutan perhitungan sikap konsumen tersebut diketahui bahwa Jasa Kurikuler (JK) yang paling baik adalah silabus karena memiliki perolehan hasil sikap konsumen yang terendah di urutan pertama yaitu sebesar 1,1275, ini berarti bahwa menurut konsumen yang dalam hal ini adalah mahasiswa-mahasiswi, silabus yang ditawarkan oleh masing-masing jurusan baik Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi maupun Jurusan Ekonomi Pembangunan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia telah sesuai dengan harapan para mahasiswa dibanding dengan keempat Jasa Kurikuler (JK) yang lainnya sedangkan perolehan hasil sikap konsumen yang tertinggi di urutan kelima sebesar 1,9250 adalah key-in. Berdasarkan urutan tersebut, berarti bahwa key-in memerlukan perhatian dan penanganan yang lebih serius karena semakin tinggi hasil perolehan sikap konsumen, semakin jauh sikap konsumen tersebut dari harapannya sehingga semakin membutuhkan perhatian dan penanganan yang lebih serius terhadap Jasa Kurikuler (JK) tersebut agar tidak mengecewakan konsumen. Penanganan yang lebih serius dan terfokus terhadap pengaturan pelaksanaan key-in agar tidak terjadi antrian panjang yang membuat mahasiswa merasa tidak nyaman bahkan terkadang menimbulkan keributan diantara para mahasiswa yang mengantri sedapat mungkin menjadi perhatian utama sehingga setiap mahasiswa akan merasa nyaman dalam melaksanakan key-in yang pada akhirnya akan membentuk penilaian konsumen yang lebih baik dari sebelumnya.

Sebaliknya, meskipun silabus berada di urutan pertama yang berarti sudah memenuhi harapan konsumen dibanding dengan keempat Jasa Kurikuler (JK) lainnya terutama key-in yang berada di urutan kelima, keadaan silabus yang dinilai sudah sangat baik oleh konsumen harus dipertahankan dan selalu diusahakan perubahan-perubahan yang mendukung kebaikan silabus tersebut sehingga silabus tersebut dapat mengikuti perkembangan mata kuliah yang ditawarkan dan sesuai dengan pelaksanaan perkuliahan yang setiap semesternya dapat mengalami perubahan sesuai kebijaksanaan dari masing-masing jurusan. Perubahan silabus yang selalu mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi terutama sesuai dengan kebutuhan dan harapan dari konsumen tentu saja akan memberikan penilaian yang lebih baik dan membentuk sikap positif konsumen yang semakin baik dari sebelumnya.

Begitu juga dengan ketiga Jasa Kurikuler (JK) yang lain yaitu urutan kedua Rencana Akademik Semester (RAS) sebesar 1,2575, urutan ketiga Penyajian Materi sebesar 1,3950 dan urutan keempat Kurikulum sebesar 1,4675 harus tetap mendapatkan perhatian yang lebih demi kemajuan dan kebaikan Jasa Kurikuler (JK) tersebut sehingga antar Jasa Kurikuler (JK) baik Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, maupun Penyajian Materi yang ditawarkan oleh Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi dan Jurusan Ekonomi Pembangunan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia tidak akan terjadi kesenjangan atau dibedakan dalam hal penanganannya. Bagaimanapun juga kelima Jasa Kurikuler (JK) tersebut sangat penting dalam pelaksanaan perkuliahan dan sedapat mungkin harus selalu dinilai sangat baik

atau positif oleh seluruh konsumennya yaitu para mahasiswa sehingga akan memberikan kepuasan tersendiri bagi mahasiswa tersebut yang pada akhirnya akan memajukan Jasa Kurikuler (JK) tersebut karena kondisi yang dirasakan telah sesuai dengan keinginan dan harapan dari mahasiswa mahasiswi tersebut.

Perolehan total hasil sikap konsumen sebesar 1,4345 dari kelima Jasa Kurikuler (JK) yang membentuk sikap sangat baik konsumen karena berada antara 0 sampai 3,75 menunjukkan bahwa pembentukan sikap konsumen terhadap kelima Jasa Kurikuler (JK) yang ditawarkan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia harus dipertahankan dan terus diusahakan perbaikan-perbaikan untuk kelima Jasa Kurikuler (JK) tersebut. Bila sikap konsumen terhadap kelima Jasa Kurikuler (JK) tersebut dapat lebih ditingkatkan dengan perolehan hasil sikap konsumen yang lebih rendah dari 1,4345 tentu sikap yang terbentuk oleh konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) akan semakin baik dari sebelumnya. Perolehan hasil sikap konsumen yang semakin rendah berarti penilaian yang diberikan konsumen kepada masing-masing Jasa Kurikuler (JK) baik Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, maupun Penyajian Materi yang ditawarkan oleh Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi dan Jurusan Ekonomi Pembangunan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia semakin baik karena mendekati harapan dan keinginan konsumen. Perhatian dan penanganan yang lebih serius terhadap kelima Jasa Kurikuler (JK) harus terus diusahakan dan ditingkatkan agar konsumen dapat menerima dan merasakan kelima Jasa Kurikuler (JK) tersebut lebih baik dari sebelumnya

sehingga akan membentuk sikap positif konsumen yang sangat baik terhadap kelima Jasa Kurikuler (JK) tersebut.

#### 4.3 Analisis Kruskal-Wallis H

Tujuan dari analisis Kruskal-Wallis H ini adalah untuk menguji apakah ada perbedaan sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yang meliputi : Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus dan Penyajian Materi berdasarkan jenis kelamin, jurusan, dan angkatan tahun masuk.

##### 1. Analisis Perbedaan Sikap Konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) Berdasarkan Jenis Kelamin.

Berdasarkan hasil analisis dengan Kruskal-Wallis H yang dapat dilihat pada Tabel 4.17 dibawah ini, sikap konsumen terhadap masing-masing Jasa Kurikuler (JK) baik Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, maupun Penyajian Materi ditinjau Jenis Kelamin yaitu pria dan wanita diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.17  
Sikap Konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan Jasa Kurikuler (JK)	H (Kai-Kuadrat)	db	Sig.
1.Kurikulum	0,058	1	0,809
2.Rencana Akademik Semester (RAS)	1,938	1	0,164
3.Key-in	0,087	1	0,768
4.Silabus	0,586	1	0,444
5.Penyajian Materi	0,156	1	0,692
Total Sikap Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	1,089	1	0,297

Sumber : Lampiran V

Berdasarkan Tabel 4.17 sikap konsumen terhadap kurikulum ditinjau dari jenis kelamin konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 0,058 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(1)} = 3,841$ ) dengan probabilitas  $p = 0,809$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05) sehingga dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang artinya tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap kurikulum ditinjau dari jenis kelamin konsumen. Keadaan ini dimungkinkan karena kurikulum yang ditawarkan kepada para mahasiswa yaitu pria maupun wanita baik kurikulum lama (angkatan tahun masuk 1999 dan sebelumnya) maupun kurikulum baru (angkatan tahun masuk 2000 dan sesudahnya) merasakan suatu kondisi yang sama tentang kurikulum. Para mahasiswa pria menganggap bahwa kurikulum yang ditawarkan selama ini sudah diberikan dan diterima sebagaimana mestinya sehingga sudah sesuai dengan harapan dari mahasiswa pria tersebut dan ini juga terjadi pada mahasiswa wanita dimana kurikulum yang ditawarkan tidak dibedakan dengan mahasiswa pria sehingga setiap mahasiswa wanita juga merasakan bahwa kurikulum yang diterima sudah sesuai dengan harapannya.

Sikap konsumen terhadap Rencana Akademik Semester (RAS) ditinjau dari jenis kelamin konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 1,938 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(1)} = 3,841$ ) dengan probabilitas  $p = 0,164$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05) sehingga dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang artinya tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap Rencana Akademik Semester (RAS) ditinjau dari jenis kelamin konsumen. Sikap yang sama yang ditunjukkan terhadap Rencana

Akademik Semester (RAS) baik oleh mahasiswa pria maupun mahasiswa wanita berarti bahwa Rencana Akademik Semester (RAS) yang ditawarkan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dalam setiap semesternya telah memenuhi harapan para mahasiswa baik mahasiswa pria maupun mahasiswa wanita sehingga suatu kondisi yang sama terhadap Rencana Akademik Semester (RAS) dapat dirasakan oleh mahasiswa pria maupun mahasiswa wanita.

Sikap konsumen terhadap key-in ditinjau dari jenis kelamin konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 0,087 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(1)} = 3,841$ ) dengan probabilitas  $p = 0,768$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05) sehingga dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang artinya tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap key-in ditinjau dari jenis kelamin konsumen. Pelaksanaan key-in yang diperuntukkan bagi seluruh mahasiswa dalam setiap semesternya tidak membedakan jenis kelamin dari mahasiswa tersebut baik mahasiswa pria maupun mahasiswa wanita bahkan pelayanan mengenai key-in pun juga diperuntukkan bagi seluruh mahasiswa tanpa terkecuali baik mahasiswa pria maupun mahasiswa wanita sehingga key-in dapat berjalan sesuai harapan dari mahasiswa tanpa ada yang merasa dibedakan.

Sikap konsumen terhadap silabus ditinjau dari jenis kelamin konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 0,586 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(1)} = 3,841$ ) dengan probabilitas  $p = 0,444$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05) sehingga dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$

diterima yang artinya tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap silabus ditinjau dari jenis kelamin konsumen. Silabus yang selalu diberikan diawal pertemuan masa perkuliahan kepada seluruh mahasiswa baik mahasiswa pria maupun mahasiswa wanita, tentu saja memberikan penilaian yang sama bagi setiap mahasiswa karena setiap mahasiswa tanpa terkecuali dan tidak dibedakan antara mahasiswa satu dengan mahasiswa lain sehingga dengan pemberian silabus perkuliahan untuk setiap mata kuliah dapat memenuhi harapan dan kebutuhan akan silabus dari seluruh mahasiswa.

Sikap konsumen terhadap penyajian materi ditinjau dari jenis kelamin konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 0,156 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(1)} = 3,841$ ) dengan probabilitas  $p = 0,692$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05) sehingga dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang artinya tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap penyajian materi ditinjau dari jenis kelamin konsumen. Penyajian materi dalam sebuah perkuliahan yang dilaksanakan untuk memenuhi proses belajar mengajar yang diberikan kepada seluruh mahasiswa yang mengambil mata kuliah tersebut sehingga setiap mahasiswa baik mahasiswa pria maupun mahasiswa wanita dalam mata kuliah tersebut mempunyai hak yang sama untuk mendapat pengajaran sesuai dengan harapannya terhadap mata kuliah tersebut. Kebutuhan yang sama akan materi dan penyajian materi yang sama dalam mata kuliah tersebut, tentu saja memberikan pengaruh yang sama dalam pembentukan sikap mahasiswa terhadap penyajian materi di setiap mata kuliah.

Sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) baik Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, maupun Penyajian Materi ditinjau dari jenis kelamin konsumen yaitu pria dan wanita diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 1,089 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(1)} = 3,841$ ) dengan probabilitas  $p = 0,297$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05) sehingga dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang artinya tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) baik Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, maupun Penyajian Materi ditinjau dari jenis kelamin konsumen pria maupun wanita. Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, dan Penyajian Materi yang ditawarkan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia untuk setiap mahasiswa pria maupun mahasiswa wanita terbentuk sikap yang sangat baik, ini berarti bahwa kondisi yang dirasakan terhadap kelima Jasa Kurikuler (JK) tersebut sudah sesuai dengan harapan dari seluruh mahasiswa walaupun usaha perbaikan-perbaikan yang mendukung kemajuan dari kelima Jasa Kurikuler (JK) tersebut harus terus dilakukan agar sikap yang terbentuk sama dari mahasiswa pria dan mahasiswa wanita yaitu meningkat menjadi sangat baik yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap kemajuan dari masing-masing Jasa Kurikuler (JK) baik Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, maupun Penyajian Materi yang ditawarkan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

2. Analisis Perbedaan Sikap Konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) Berdasarkan Jurusan.

Berdasarkan hasil analisis dengan Kruskal-Wallis H yang dapat dilihat pada Tabel 4.18 dibawah ini, sikap konsumen terhadap masing-masing Jasa Kurikuler (JK) baik Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, maupun Penyajian Materi ditinjau Jurusan yaitu Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi, dan Jurusan Ekonomi Pembangunan diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.18  
Sikap Konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) Berdasarkan Jurusan

Keterangan	H (Kai-Kuadrat)	db	Sig.
1. Kurikulum	7,612	2	0,022
2. Rencana Akademik Semester (RAS)	8,904	2	0,012
3. Key-in	6,602	2	0,037
4. Silabus	3,556	2	0,169
5. Penyajian Materi	4,445	2	0,108
Total Sikap Konsumen Berdasarkan Jurusan	4,143	2	0,126

Sumber : Lampiran V

Sikap konsumen terhadap kurikulum ditinjau dari jurusan konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 7,612 (lebih besar dari  $X^2_{0,05(2)} = 5,991$ ) dengan probabilitas  $p = 0,022$  (lebih kecil dari taraf nyata 0,05) sehingga dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak yang artinya ada perbedaan sikap konsumen terhadap kurikulum ditinjau dari jurusan konsumen baik Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi dan Jurusan Ekonomi Pembangunan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Penilaian yang berbeda yang diberikan mahasiswa terhadap kurikulum yang ditawarkan

di masing-masing jurusan karena kebutuhan akan kurikulum di setiap jurusan berbeda walaupun kurikulum yang ditawarkan di setiap jurusan disusun berdasarkan keputusan Konsorsium Tim Ekonomi dan Kurikulum Inti Program Pendidikan Sarjana Bidang Ekonomi. Kurikulum yang ditawarkan dan diwajibkan ada di setiap jurusan terdiri dari kurikulum inti dan kurikulum muatan lokal. Khusus untuk kurikulum muatan lokal di setiap jurusan terdiri dari kurikulum wajib yang harus ada dan kurikulum tambahan yang disesuaikan dengan kebutuhan kurikulum dari masing-masing jurusan tersebut. Kebutuhan akan kurikulum yang berbeda-beda yang selalu mengikuti perubahan ilmu pengetahuan dan teknologi terutama dalam menghadapi dunia kerja baik lokal nasional maupun global di setiap jurusan pada akhirnya membentuk sikap yang berbeda juga dari para mahasiswa di masing-masing jurusan tersebut sehingga kurikulum yang diberikan sedapat mungkin harus dapat memenuhi kebutuhan dan harapan dari para mahasiswa di setiap jurusan yang berbeda agar mahasiswa tersebut merasakan kebutuhan akan kurikulum telah terpenuhi sesuai dengan harapannya.

Sikap konsumen terhadap Rencana Akademik Semester (RAS) ditinjau dari jurusan konsumen diperoleh nilai  $H$  atau Kai-Kuadrat 8,904 (lebih besar dari  $X^2_{0,05(2)} = 5,991$ ) dengan probabilitas  $p = 0,012$  (lebih kecil dari taraf nyata 0,05) sehingga dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak yang artinya ada perbedaan sikap konsumen terhadap Rencana Akademik Semester (RAS) ditinjau dari jurusan konsumen. Dalam setiap pergantian semester, Rencana Akademik Semester (RAS) yang

ditawarkan sesuai dengan semester tersebut, mata kuliah semester genap akan ditawarkan di semester genap dan mata kuliah di semester ganjil akan ditawarkan di semester ganjil. Mata kuliah yang ditawarkan di setiap jurusan tergantung dari kebijaksanaan jurusan tersebut sehingga meskipun jumlah mata kuliah yang ditawarkan di setiap jurusan setiap semesternya maksimal 24 sks belum tentu terdiri dari jumlah atau bobot mata kuliah yang sama. Rencana Akademik Semester (RAS) yang sudah ditetapkan dengan kebijaksanaan dari jurusan dan sudah dianggap yang terbaik untuk kemajuan Rencana Akademik Semester (RAS) belum tentu sesuai dengan harapan dari masing-masing mahasiswa sehingga menimbulkan perbedaan sikap antara satu mahasiswa dengan mahasiswa lain yang berbeda jurusan.

Sikap konsumen terhadap key-in ditinjau dari jurusan konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 6,602 (lebih besar dari  $X^2_{0,05(2)} = 5,991$ ) dengan probabilitas  $p = 0,037$  (lebih kecil dari taraf nyata 0,05) sehingga dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak yang artinya ada perbedaan sikap konsumen terhadap key-in ditinjau dari jurusan konsumen. Pelaksanaan key-in dengan jadwal yang telah ditentukan oleh masing-masing jurusan baik Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi, maupun Jurusan Ekonomi Pembangunan oleh mahasiswa terkadang tidak sesuai dengan harapannya. Waktu pelaksanaan key-in selama 3 hari untuk Jurusan Manajemen dirasakan masih kurang oleh mahasiswa Jurusan Manajemen, sebaliknya dengan waktu yang sama mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan waktu selama tiga hari dirasakan cukup. Dengan kondisi key-

in yang menimbulkan berbagai masalah karena pengaturan yang masih belum maksimal tentu saja dapat menimbulkan perbedaan sikap konsumen terhadap masing-masing jurusan karena tidak sesuai dengan harapannya.

Sikap konsumen terhadap silabus ditinjau dari jurusan konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 3,556 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(2)} = 5,991$ ) dengan probabilitas  $p = 0,169$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05) sehingga dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang artinya tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap silabus ditinjau dari jurusan konsumen. Di setiap jurusan, silabus ditetapkan berdasarkan kebijaksanaan jurusan yang kemudian akan dilaksanakan oleh setiap dosen pengampu mata kuliah. Silabus yang diberikan oleh setiap dosen memang berbeda-beda tetapi tetap berpegang pada kebijaksanaan jurusan sehingga setiap silabus yang diberikan tergantung pada dosen pengampu mata kuliah tersebut. Keadaan ini tentu saja memberikan penilaian yang sama dari para mahasiswa baik dari mahasiswa Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi, maupun jurusan Ekonomi Pembangunan karena silabus yang diterima di setiap mata kuliah tergantung dari dosen yang mengampu mata kuliah tersebut.

Sikap konsumen terhadap penyajian materi ditinjau dari jurusan konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 4,445 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(2)} = 5,991$ ) dengan probabilitas  $p = 0,108$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05) sehingga dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang artinya tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap penyajian materi ditinjau dari jurusan konsumen. Kebijakan yang

ditetapkan di setiap jurusan juga berlaku untuk penyajian materi dalam sebuah perkuliahan. Bagaimana memberikan materi yang baik sesuai dengan standar penyajian materi tetap menjadi perhatian tersendiri. Seperti juga dengan silabus, penyajian materi di setiap mata kuliah baik Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi maupun Jurusan Ekonomi Pembangunan bergantung dari dosen pengampu mata kuliah tersebut sehingga tidak ada perbedaan sikap yang ditunjukkan oleh setiap mahasiswa terhadap penyajian materi.

Sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) ditinjau dari jurusan konsumen diperoleh nilai  $H$  atau Kai-Kuadrat 4,143 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(2)} = 5,991$ ) dengan probabilitas  $p = 0,126$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05) sehingga dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang artinya tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) ditinjau dari jurusan konsumen. Berdasarkan Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi maupun Jurusan Ekonomi Pembangunan penilaian yang sama diberikan terhadap kelima Jasa Kurikuler (JK) walaupun pada saat yang tidak bersamaan, penilaian terhadap Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS) dan Key-in diperoleh hasil ada perbedaan sikap antar mahasiswa dan ini sangat berbeda dengan sikap yang terbentuk setelah kelima Jasa Kurikuler (JK) tersebut menjadi satu kesatuan. Peluang yang lebih besar dari mahasiswa yang memberikan penilaian yang sama terhadap kelima Jasa Kurikuler (JK) tersebut berarti bahwa hanya sebagian kecil dari mahasiswa yang merasakan Jasa Kurikuler (JK) yang ditawarkan di Fakultas

Ekonomi Universitas Islam Indonesia tidak sesuai dengan harapannya sehingga mahasiswa tersebut memberikan penilaian yang berbeda dari mahasiswa lainnya.

### 3. Analisis Perbedaan Sikap Konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) Berdasarkan Angkatan Tahun Masuk.

Berdasarkan hasil analisis dengan Kruskal-Wallis H yang dapat dilihat pada Tabel 4.19 dibawah ini, sikap konsumen terhadap masing-masing Jasa Kurikuler (JK) baik Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, maupun Penyajian Materi ditinjau Angkatan Tahun Masuk yaitu sebelum tahun 2000, tahun 2000/2001, tahun 2001/2002, tahun 2002/2003 dan tahun 2003/2004 diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.19  
Sikap Konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) Berdasarkan Angkatan Tahun Masuk

Keterangan	H (Kai-Kuadrat)	db	Sig.
1. Kurikulum	6,483	4	0,166
2. Rencana Akademik Semester (RAS)	3,637	4	0,457
3. Key-in	0,371	4	0,985
4. Silabus	8,503	4	0,075
5. Penyajian Materi	3,137	4	0,535
Total Sikap Konsumen Berdasarkan Angkatan Tahun Masuk	3,077	4	0,545

Sumber : Lampiran V

Sikap konsumen terhadap kurikulum ditinjau dari angkatan tahun masuk konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 6,483 (lebih kecil dari  $\chi^2_{0,05(4)} = 9,488$ ) dengan probabilitas  $p = 0,166$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05) sehingga dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$

diterima yang artinya tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap kurikulum ditinjau dari angkatan tahun masuk konsumen. Dalam setiap angkatan tahun masuk, kurikulum yang ditawarkan sudah tercantum dalam Buku Pedoman Akademik yang setiap tahunnya selalu menyesuaikan dengan perkembangan dan perubahan teknologi dan ilmu pengetahuan. Tinjauan berkala yang dilakukan terhadap kurikulum dilakukan dengan tujuan agar kurikulum yang ditawarkan sesuai dengan harapan mahasiswa yaitu selalu mengikuti perkembangan jaman sehingga mahasiswa baru tidak akan merasa ketinggalan hanya karena masih menggunakan dan menerapkan kurikulum lama. Penerapan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa yaitu kurikulum lama untuk mahasiswa angkatan tahun masuk 1999 dan sebelumnya dan Kurikulum baru untuk mahasiswa angkatan tahun masuk tahun 2000 dan sesudahnya yang berpengaruh pada tidak adanya perbedaan sikap dari mahasiswa karena sudah sesuai dengan harapannya.

Sikap konsumen terhadap Rencana Akademik Semester (RAS) ditinjau dari angkatan tahun masuk konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 3,637 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(4)} = 9,488$ ) dengan probabilitas  $p = 0,457$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05) sehingga dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang artinya tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap Rencana Akademik Semester (RAS) ditinjau dari angkatan tahun masuk konsumen. Rencana Akademik Semester (RAS) yang ditawarkan untuk setiap angkatan adalah sama yang berbeda hanyalah tingkat semester mahasiswa tersebut yang berpengaruh pada pengambilan mata

kuliah yang ditawarkan pada semester tersebut. Jadwal Rencana Akademik Semester (RAS) yang dikeluarkan sebelum pelaksanaan key-in juga tidak dibedakan untuk setiap angkatan, hanya dibedakan jadwal untuk angkatan lama dengan angkatan baru sehingga tidak menimbulkan perbedaan sikap dari para mahasiswa.

Sikap konsumen terhadap key-in ditinjau dari angkatan tahun masuk konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 0,371 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(4)} = 9,488$ ) dengan probabilitas  $p = 0,985$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05) sehingga dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang artinya tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap key-in ditinjau dari angkatan tahun masuk konsumen. Pelaksanaan key-in yang tidak dibedakan untuk setiap angkatan baik untuk mahasiswa angkatan lama (angkatan tahun masuk 1999 dan sebelumnya) maupun mahasiswa angkatan baru yaitu (angkatan tahun masuk tahun 2000 dan sesudahnya) sehingga sikap yang sama ditunjukkan terhadap pelaksanaan key-in.

Sikap konsumen terhadap silabus ditinjau dari angkatan tahun masuk konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 8,503 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(4)} = 9,488$ ) dengan probabilitas  $p = 0,075$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05) sehingga dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang artinya tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap silabus ditinjau dari angkatan tahun masuk konsumen. Pemberian silabus dalam setiap mata kuliah di awal semester kepada seluruh mahasiswa yang mengambil mata kuliah tersebut baik angkatan lama maupun angkatan baru

yang tidak dibedakan antara mahasiswa satu dengan mahasiswa lain sehingga membentuk sikap yang sama terhadap silabus yang diberikan di setiap mata kuliah.

Sikap konsumen terhadap penyajian materi ditinjau dari angkatan tahun masuk konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 3,137 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(4)} = 9,488$ ) dengan probabilitas  $p = 0,535$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05) sehingga dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang artinya tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap penyajian materi ditinjau dari angkatan tahun masuk konsumen. Materi yang disajikan dalam sebuah perkuliahan yang diperuntukkan bagi seluruh mahasiswa yang mengambil mata kuliah tersebut baik untuk mahasiswa angkatan lama maupun mahasiswa angkatan baru yang satu sama lainnya tidak dibedakan yaitu memperoleh hak yang sama dalam menerima materi perkuliahan sehingga memberikan pengaruh pada penilaian sikap yang sama dari seluruh mahasiswa terhadap penyajian materi dalam setiap pelaksanaan perkuliahan.

Sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) ditinjau dari angkatan tahun masuk konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 3,077 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(4)} = 9,488$ ) dengan probabilitas  $p = 0,545$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05) sehingga dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang artinya tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) ditinjau dari angkatan tahun masuk konsumen. Penilaian yang sama yang diberikan oleh seluruh mahasiswa dari mahasiswa angkatan lama

dan mahasiswa angkatan baru terhadap masing-masing Jasa Kurikuler (JK) pada akhirnya membentuk penilaian yang sama terhadap Jasa Kurikuler (JK) tersebut. Hasil penilaian yang sama yang terbentuk dari seluruh mahasiswa tersebut berarti bahwa setiap angkatan tahun masuk baik angkatan tahun masuk sebelum tahun 2000, angkatan tahun masuk 2000, dan angkatan tahun masuk setelah tahun 2000 harapan dengan kondisi yang dirasakan terhadap Jasa Kurikuler (JK) dapat terpenuhi. Penilaian yang baik yang diberikan oleh setiap angkatan tahun masuk sebaiknya menjadi salah satu pemacu untuk terus meningkatkan Jasa Kurikuler (JK) agar para mahasiswa sebagai konsumen merasakan dan menerima Jasa Kurikuler (JK) lebih baik dan tidak mengecewakan yang pada akhirnya meningkatkan kemajuan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia itu sendiri.