

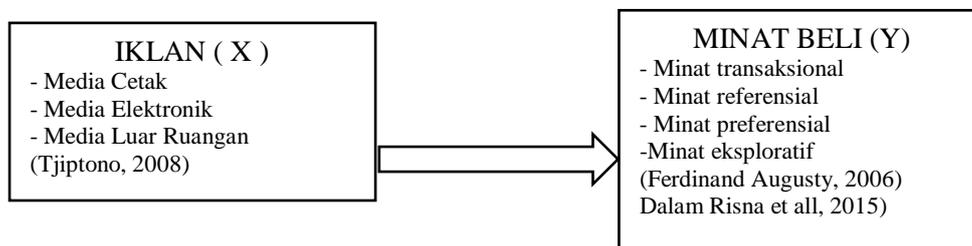
No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3	Ade Winata, I Ketut Nurcahya (2017)	Pengaruh Iklan Pada Media Televisi Terhadap Minat Beli (Studi Pada Calon Konsumen Bukalapak.Com Di KotaDenpasar)	Sama-sama meneliti pengaruh dari variabel iklan terhadap minat beli, dengan hasil penelitian menunjukkan pengaruh iklan terhadap minat beli konsumen. Sementara hasil secara parsial variabel pesan iklan, musik iklan, ilustrasi cerita dan bintang iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen	Menggunakan metode regresi linier berganda, dengan sub variabel X yaitu pesan iklan, musik iklan, ilustrasi cerita dan bintang iklan. Teknik sampling menggunakan purposive sampling.

Sumber : Olahan Penulis, 2018

2.8. Kerangka Pemikiran

Dalam pencarian mahasiswa bagi kampus swasta dibutuhkan strategi yang baik, agar mahasiswa memutuskan masuk ke kampus tersebut sesuai peminatannya. Diantara strategi yang bisa disiasati adalah tentang promosi khususnya iklan.

Perjalanan yang dihadapi selalu tidak mulus, selalu ada peningkatan dan penurunan jumlah pendaftar yang masuk ke Akpar NHI Bandung. Terutama pada salah satu peminatan yang ada di kampus Akpar NHI Bandung. *Room Division* merupakan peminatan yang tidak banyak diminati oleh calon mahasiswa yang berada di perguruan tinggi bidang perhotelan, hal ini dapat dilihat dari jumlah mahasiswa yang sedikit memilih peminatan *Room Division*, baik perguruan tinggi pariwisata negeri ataupun perguruan tinggi pariwisata swasta. Pada peminatan *Room Division* di Kampus Akademi Pariwisata NHI Bandung sendiri mengalami penurunan mahasiswa. Berikut gambaran kerangka pemikiran penelitian:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Sumber: *olahan penulis*

2.9. Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2012:99) merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka hipotesis penelitian ini adalah :

“Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara iklan terhadap minat beli pada *room division* di Akademi Pariwisata NHI Bandung.”

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Desain penelitian deskriptif adalah desain penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi, ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian (Sanusi, 2012: 13). Metode kuantitatif merupakan metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2013: 7).

Metode ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai Pengaruh Iklan terhadap minat beli pada room division di Akademi pariwisata NHI Bandung.

3.2 Operasionalisasi Variabel

Penjelasan tentang variabel dan definisi operasional variabel akan dijelaskan pada Tabel 3.1 berikut ini :

Tabel 3.1

Variabel dan definisi operasional variable

Variabel	Konsep	Dimensi	Indikator	Skala
Iklan	Iklan adalah bentuk	Media Cetak	1. Pengenalan informasi	

<p>komunikasi tidak langsung yang didasari pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian. (Fandy Tjiptono, 2008:26)</p>		<p>melalui <i>brochure</i></p> <p>2. Pengenalan informasi melalui <i>koran</i></p> <p>3. Pengenalan informasi melalui surat kabar</p>	Ordinal
	Media Elektronik	<p>1. Pengenalan informasi melalui radio</p> <p>2. Pengenalan informasi melalui televisi</p> <p>3. Pengenalan informasi melalui sponsor event</p> <p>4. Pengenalan informasi melalui iklan partisipasi di Kampus Negeri</p>	Ordinal
	Media Luar ruangan	<p>1. Pengenalan informasi melalui spanduk</p> <p>2. Pengenalan informasi melalui baligho</p> <p>3. Pengenalan informasi melalui balon raksasa</p> <p>4. Pengenalan informasi melalui poster</p> <p>5. Tingkat kemenarikan iklan di poster</p> <p>6. Kejelasan informasi pada spanduk</p>	Ordinal

Minat Beli	Minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Ferdinand Augusty, 2006)	Minat Transaksional	1. Keinginan untuk memilih Room Division 2. Keinginan untuk menjadi bagian Room Division	Ordinal
		Minat Referensial	1. Merekomendasikan karena fungsi room division 2. Merekomendasikan karena kemasan 3. Merekomendasikan karena variasi di room division	Ordinal
		Minat Preferensial	1. Memprioritaskan Room Division	Ordinal
		Minat Eksploratif	1. Mencari info tentang biaya 2. Mencari info tentang kualitas	Ordinal

Sumber : modifikasi penulis, 2018

3.3. Sumber dan Cara Penentuan Data

Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen (Sugiyono 2009).

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari:

1. Data Primer

Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara dengan pihak manajemen Akpar NHI Bandung untuk mengetahui jumlah pendaftar mahasiswa setiap tahunnya, selain itu melakukan penyebaran kuisioner kepada mahasiswa Akpar NHI Bandung yang dijadikan responden dan dianggap mewakili populasi, dimana responden memberikan tanggapan mengenai pengaruh iklan terhadap minat beli pada Room Division di Akademi pariwisata NHI Bandung.

2. Data Sekunder

Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari pihak lain, antara lain dari data-data yang pernah disajikan dalam beberapa artikel-artikel, literature, buku-buku dan lain-lain. Data sekunder dengan mencari data-data mengenai sejarah perusahaan, organisasi dan mekanisme kerja, dan informasi mengenai kegiatan sekolah berasal dari dokumen yang dibuat oleh Akpar NHI Bandung.

Populasi menurut Sugiyono (2011 : 61) adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitumahasiswa peminatan *Room Division* Akpar NHI Bandung Tahun Ajaran 2018-2019 sebanyak 32 orang mahasiswa.

Sampel merupakan sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu, sehingga diharapkan dapat mewakili populasi, yaitu mahasiswa yang telah memilih pemintaan/konsentrasi *Room Division*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh atau *total sampling* yang memiliki pengertian “teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel” (Sugiyono, 2011 : 124). Kutipan tersebut menjadi acuan dalam menentukan sampel penelitian ini, dimana seluruh populasi digunakan sebagai anggota sampel yaitu berjumlah 32 orang responden.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk dapat mengumpulkan data dan fakta di lapangan, peneliti menggunakan penelitian sebagai berikut:

- a. Penelitian kepustakaan (*library research*). Penelitian ini, penulis melakukan penelitian terhadap bahan-bahan bacaan berupa buku yang bersifat ilmiah yang berkaitan dengan penelitian ini.
- b. Penelitian lapangan (*field research*). Dalam penelitian ini yang dilakukan di lapangan dengan pengumpulan data secara langsung dari lokasi penelitian yang bertujuan untuk mendekati kebenaran sesuai dengan penulisan karya ilmiah dengan cara :
 1. Kuesioner (*angket*) yaitu dengan menyebarkan angket kepada responden yang dijadikan sampel penelitian yang dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah tersedia dalam daftar pertanyaan.

2. Wawancara (interview) adalah suatu kegiatan tanya jawab dimana responden kita ajak untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah disediakan.

3.5 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

Variabel-variabel yang terdapat pada penelitian ini yaitu variabel Iklan sebagai variabel X dan variabel minat beli sebagai Variabel Y. Pengolahan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan statistik inferensial. Langkah-langkah dalam analisis data adalah deskriptif dan statistik inferensial.

1. Analisis Deskriptif

Analisis data penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui besar kecilnya frekuensi jawaban yang diberikan responden tentang iklan dilihat dari indikator media cetak, media elektronik dan media luar ruangan serta minat beli mahasiswa dalam memilih konsentrasi *room division* dengan menggunakan rumus konversi skala lima. Tabulasi data dengan menggunakan rumus rata-rata ideal untuk lima kategori yang mengacu pada pendapat Wayan Nurkencana (1983 : 88) dalam Ridwan (2011 : 98) sebagai berikut :

$M + 1,5SD < \text{ke atas}$ = Sangat Tinggi

$M + 0,5SD \text{ s/d } < M + 1,5SD$ = Tinggi

$M - 0,5SD \text{ s/d } < M + 0,5SD$ = Cukup

$M - 1,5SD \text{ s/d } < M - 0,5SD$ = Kurang

$M - 1,5SD > \text{ke bawah}$ = Rendah

Keterangan :

M : Rata-rata Ideal

SD : Simpangan baku ideal

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan keadaan data sesuai dengan populasi. Sesuai dengan pendapat yang dikemukakan Sudjana (2001 : 129) rumus untuk menghitung persentase yaitu :

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P : Persentase (jumlah persentase yang dicari)

f : nilai yang diperoleh

N : jumlah seluruh nilai

100% : bilangan tetap

Data yang telah dipersentasekan kemudian dianalisis dengan menggunakan batasan-batasan sebagai berikut :

100% : seluruhnya

76% - 99% : sebagian besar

51% - 75% : lebih dari setengahnya

50% : setengahnya

26% - 49% : kurang dari setengahnya

1% - 25% : sebagian kecil

0% : tidak seorangpun

2. Analisis Statistika Inferensial

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan perhitungan komputasi program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) karena program ini memiliki kemampuan analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak-kotak dialog sederhana, sehingga sudah difahami cara pengoperasiannya (Sugianto, 2007 : 1). Pengolahan data secara inferensial pada penelitian ini penulis menggunakan tingkat kepercayaan 95%. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji regresi yang bertujuan untuk memprediksi variabel terikat apabila variabel bebas diketahui yang didasari oleh hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat variabel bebas terhadap variabel terikat.

Langkah-langkah analisis data secara inferensial meliputi :

a. Uji Normalitas Distribusi Data

Penulis menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan alasan data yang tersaji merupakan data interval, dapat membantu menentukan distribusi normal dengan jumlah data yang sedikit, proses pembuatan keputusan normal atau tidak suatu data lebih mudah karena Uji *Kolmogorov-Smirnov* membandingkan distribusi data (yang diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku yaitu data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk z-score dan t-score. Uji normalitas akan terbukti jika $f_o < f_h$ maka bahwa kurva atau distribusi nilai menunjukkan kurva normal.

b. Uji Linieritas Regresi

Analisis regresi menurut Riduwan (2011 : 148) bertujuan untuk memprediksi variabel terikat apabila variabel bebas diketahui yang didasari oleh hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi yang digunakan adalah regresi inier sederhana, sedangkan metode yang digunakan adalah metode kuadrat kecil.

Langkah-langkah analisis regresi linier ini adalah sebagai berikut :

- 1) Menentukan persamaan regresi linier variabel Y atas X dengan rumus :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan :

\hat{Y} = Subjek dalam variabel dependent yang diprediksikan

a = harga Y ketika harga $X=0$ (harga konstan)

b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen.

Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun

X = subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

(Sugiyono, 2011 : 148)

Koefisien a dan b dicari dengan rumus :

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} \quad (\text{Sugiyono, 2011:262})$$

2) Menentukan Keputusan Pengujian Linearitas dan Keberartian Regresi

Tujuan menentukan keputusan pengujian linearitas dan keberartian regresi yaitu untuk menguji apakah model linier yang telah diambil itu benar-benar cocok dengan keadaannya atau tidak. Menentukan keputusan pengujian linearitas dan keberartian regresi menggunakan program SPSS V.22 pada Regresi Linier. Jika probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan dan kedua variabel memiliki hubungan yang linear.

Hasil dari uji **ANOVA**, pada bagian ini ditampilkan hasil yang diperoleh dari nilai F dengan tingkat probabilitas yang terdapat pada tabel tersebut. Hasil dari Uji koefisien dapat dilihat pada nilai konstan dan nilai B, harga t_{hitung} dan tingkat signifikansi sehingga akan diperoleh persamaan perhitungan regresi sederhana yaitu :

$$\hat{Y} = a + bX$$

3) Uji Koefisien Korelasi

Analisis korelasi menurut Riduwan (2011 : 138) “dilakukan untuk mencari arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih, baik

hubungan yang bersifat simetris, kausal, dan *reciprocal*". Pada uji koefisien korelasi penulis menggunakan rumus koefisien *Product Moment* dari *Pearson* pada program SPSS v.22. Uji signifikansi ditunjukkan oleh tabel *correlation*.

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan secara statistik berikut :

$$H_a : r_{xy} \neq 0$$

$$H_a : r_{xy} = 0$$

Hipotesis ditunjukkan dengan menggunakan kaidah sebagai berikut :

- a) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* atau $(0,05 \leq \text{Sig})$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan
- b) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* atau $(0,05 \geq \text{Sig})$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan .

Nilai r_{xy} dikonsultasikan terhadap tabel kriteria interpretasi koefisien korelasi r_{xy} adalah :

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

4) Koefisien Determinasi

Perhitungan koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh iklan terhadap minat beli dengan rumus yang digunakan untuk koefisien determinasi (Sudjana, 2009 : 369) adalah sebagai berikut :

$$KD = r_{xy}^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r_{xy} = Koefisien Korelasi

Koefisien determinasi ditinjau dari hasil tabel **Model Summary** dengan melihat nilai R dan nilai R_{square} . Semakin kecil nilai R_{square} maka semakin lemah hubungan antara kedua variabel.

5) Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2009:159) yang dimaksud dengan hipotesis adalah sebagai berikut: "Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian."

Menurut Andi Supangat (2006:296) mendefinisikan bahwa pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

"Pengujian Hipotesis adalah membuat kesimpulan sementara untuk melakukan penyanggahan dan atau pembenaran dari permasalahan yang akan ditelaah."

Adapun rancangan yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

a) Menentukan Hipotesis Statistik

Berdasarkan pada alat statistik yang digunakan dan dihipotesis penelitian diatas maka penulis menetapkan dua hipotesis yang digunakan untuk uji statistiknya yaitu hipotesis nol (H_0) yang diformulasikan untuk ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) yaitu hipotesis penulis yang diformulasikan untuk diterima dengan perumusan sebagai berikut:

$H_0 : \rho = 0$, Iklan(X) tidak berpengaruh terhadap Minat Beli(Y)pada *Room Division* di Akademi Pariwisata NHI Bandung

$H_a : \rho \neq 0$, Iklan(X) berpengaruh terhadap Minat Beli(Y)pada *Room Division* di Akademi Pariwisata NHI Bandung

b) Menetapkan Tingkat Signifikan

Dasar pengambilan keputusan berdasarkan angka signifikan menurut Tingkat signifikansi dapat ditentukan dengan melakukan pengujian terhadap dua pihak. Untuk menguji diterima atau ditolaknya hipotesis, maka dilakukan dengan cara pengujian dua pihak dengan tingkat signifikan = 5%.

Untuk mengetahui tingkat signifikansi dari koefisien korelasi, maka penulis menggunakan statistik Uji 't' dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber: Andi Supangat (2006:351)

dimana :

t = hasil uji tingkat signifikansi

r = koefisien korelasi

n = jumlah data

c) Menentukan Kriteria Penerimaan Hipotesis

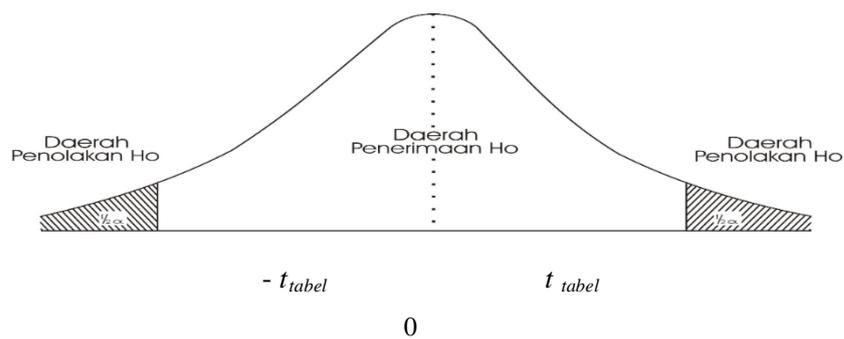
Agar hasil perhitungan koefisien korelasi dapat diketahui tingkat signifikan atau tidak signifikan maka hasil perhitungan dari statistik uji t (t hitung) tersebut selanjutnya dibandingkan dengan t tabel. Tingkat signifikannya yaitu 5 % ($\alpha = 0,05$), artinya jika hipotesis nol ditolak dengan taraf kepercayaan 95%, maka kemungkinan bahwa hasil dari penarikan kesimpulan mempunyai kebenaran 95% dan hal ini menunjukkan adanya hubungan (korelasi) yang meyakinkan (signifikan) antara dua variabel tersebut.

Untuk mengetahui ditolak atau tidaknya dinyatakan dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada didaerah penolakan, berarti H_a diterima artinya antara variabel x dan variabel y ada pengaruhnya.
- Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada didaerah penerimaan, berarti H_a ditolak artinya antara variabel x dan variabel y tidak ada pengaruhnya.

e) Menggambarkan Daerah Penerimaan dan Penolakan

Untuk menggambarkan daerah penerimaan dan penolakan terhadap sebuah hipotesis dapat digambarkan dengan uji dua pihak daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.



Gambar 3.1 Kurva t Distribusi (Uji Dua Pihak)

f) Kesimpulan

Hasil analisis dan pengujian hipotesis yang bersifat kuantitatif akan dijadikan dasar untuk menarik kesimpulan oleh peneliti berdasarkan kesimpulan tersebut, Peneliti akan berupaya memberikan pandangan dan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian

4.1.1 Tentang Akademi Pariwisata NHI Bandung

Strategi pengembangan pariwisata Indonesia telah diarahkan oleh Pemerintah untuk dapat menjadi sektor andalan yang mampu menggalakkan kegiatan ekonomi. Sejalan dengan strategi pembangunan pariwisata tersebut di atas, peran serta pendidikan dan pelatihan kepariwisataan, perlu dikembangkan baik sarana maupun prasarananya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan penyelenggaraan pariwisata.

AKPAR NHI merupakan salah satu pendidikan tinggi yang menyelenggarakan pendidikan vokasi di bidang kepariwisataan yang dilandasi strategi "link & match" dengan tujuan untuk memperluas kesempatan kerja, dan menghasilkan lulusan sebagai aset nasional yang berkualitas internasional, memiliki keahlian di bidangnya, kreatif, efisien dan berjiwa wirausaha dalam menunjang terwujudnya insan pariwisata khususnya bidang perhotelan yang penuh tanggung jawab dalam mengemban tugas kewajiban baik selaku pribadi maupun selaku warga masyarakat. AKPAR NHI merupakan Perguruan Tinggi Swasta yang didirikan oleh Yayasan Kopensi STPB (Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung / NHI Negeri) berdasarkan akta Notaris No. 2 Tanggal 17 April 2001.

Adapun ijin operasional sebagai berikut : Ijin Pendirian dan penyelenggaraan program studi dari DIKTI No : 21/D/O/2002 dan Badan Akreditasi Nasional (BAN-PT) No : 0060/SK/BAN-PT/Akred/Dipl-III/II/2016

4.1.2 Visi dan Misi Akademi Pariwisata NHI Bandung

Visi Akademi Pariwisata NHI Bandung adalah Menjadi lembaga pendidikan yang menghasilkan Lulusan Bidang Perhotelan Berkualitas Unggul, Baik Nasional Maupun Internasional dan Mampu Menyiapkan Tenaga Vokasi Bagi Kepentingan Pasar Global.

Misi Akademi Pariwisata NHI Bandung adalah sebagai berikut :

1. Melaksanakan proses pendidikan dan pengajaran di bidangkepariwisataan melalui penggunaan berbagai teknologi pendidikan sesuai dengan standar mutu pendidikan nasional dan internasional.
2. Menyelenggarakan penelitian dasar dan terapan yang inovatif.
3. Mendarmabaktikan ilmu pengetahuan yang dikuasai kepada masyarakat.
4. Menyediakan sarana dan prasarana belajar yang memadai sesuai dengan kebutuhan era globalisasi.
5. Mengembangkan organisasi untuk meningkatkan tata kelola yang baik (good governance) sehingga mampu mengantisipasi dan mengakomodasi perubahan lingkungan strategis.
6. Menjalin jaringan kerjasama yang produktif dan berkelanjutan dengan lembaga pendidikan, pemerintah dan industri ditingkat daerah, Nasional dan Internasional.

4.1.3. Struktur Organisasi Akademi Pariwisata NHI Bandung.

Akademi merupakan lembaga pendidikan tinggi formal yang mempunyai beberapa aktifitas, dimana aktifitas tersebut antara satu dengan yang lain adalah saling menunjang dalam rangka pencapaian tujuan. Maka dari itu Akademi Pariwisata NHI Bandung dalam pelaksanaan kegiatan sehari-hari memerlukan adanya pengorganisasian yang baik agar tidak terjadi tumpang tindih kerja antara satu dengan lainnya. Adapun struktur organisasi Akademi Pariwisata NHI Bandung terlampir.

4.2.Penyajian Data

4.2.1. Karakteristik Responden

Penelitian yang dilakukan dengan metode deskriptif sebaiknya menguraikan karakteristik responden terlebih dahulu sebelum melakukan analisis verivikatif untuk mengetahui perilaku dari data itu sendiri, seperti karakteristik responden mengenai jenis kelamin, asal sekolah, usia dan alamat. Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui penyeberan kuesioner yang dijadikan responden, maka dapat diketahui karakteristik setiap responden dengan harapan agar informasi ini dapat dijadikan masukan bagi Akademi Pariwisata NHI Bandung sesuai dengan karakteristik responden dimasa yang akan datang.

Untuk lebih jelasnya mengenai aspek-aspek tersebut, dapat dilihat dalam tabel-tabel berikut:

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Data Umum Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	F	%
Laki-laki	18	56.3
Perempuan	14	43.8
Total	32	100.0

Berdasarkan tabel 4.1 di atas bahwa dari 32 orang responden yang merupakan mahasiswa baru di peminatan *Room Division* Akademi Pariwisata NHI Bandung, sebagian besar berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 56,3% sedangkan sisanya adalah responden perempuan, yaitu sebanyak 43,8 %. Hal ini menunjukkan mahasiswa baru di peminatan *Room Division* Akademi Pariwisata NHI Bandung lebih didominasi laki-laki dibanding perempuan.

2. Asal Sekolah

Tabel 4.2

Data Umum Responden Berdasarkan Asal Sekolah

Asal Sekolah	F	%
SMA	28	87.5
SMK	3	9.4
SMK-Teknik	1	3.1
Total	32	100.0

Berdasarkan Tabel 4.2. di atas, jumlah responden berdasarkan jenjang pendidikan yakni terdiri dari 32 orang responden yang merupakan mahasiswa baru di peminatan *Room Division* Akademi Pariwisata NHI Bandung, sebagian besar berasal dari jenjang pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) yaitu sebesar 87,5% sedangkan responden yang berasal dari jenjang pendidikan SMK Pariwisata sebesar 9,4 % dan responden yang berasal dari SMK tekniknya sebesar 3,1 %. Hal ini menunjukkan responden sebagian besar berasal dari jenjang pendidikan menengah atas.

3. Usia

Tabel 4.3

Data Umum Responden Menurut Usia

Usia	F	%
<= 17 Tahun	4	12.5
18-20 Tahun	26	81.3
21-25 Tahun	2	6.3
Total	32	100.0

Berdasarkan tabel 4.3 di atas bahwa dari 32 orang responden yang merupakan mahasiswa baru di peminatan *Room Division* Akademi Pariwisata NHI Bandung, sebagian besar berusia antara 18-20 tahun yaitu sebesar 81,3 % kemudian responden yang berusia kurang dari sama dengan 17 tahun sebesar 12,5 %. Serta sisanya berusia antara 21-25 tahun hanya 6,3 % saja. Hal ini

menunjukkan mahasiswa baru di peminatan *Room Division* Akademi Pariwisata NHI Bandung lebih didominasi oleh responden yang berusia antara 18-20 tahun.

4. Domisili Responden

Tabel 4.4

Data Umum Responden Menurut Domisili

Domisili	F	%
Bandung	18	56.3
Batam	1	3.1
Bekasi	2	6.3
Bengkulu	1	3.1
Cianjur	1	3.1
Jakarta	2	6.3
Karawang	1	3.1
Palembang	1	3.1
Sukabumi	3	9.4
Surabaya	1	3.1
Tangerang	1	3.1
Total	32	100.0

Berdasarkan tabel 4.4 di atas bahwa dari 32 orang responden yang merupakan mahasiswa baru di peminatan *Room Division* Akademi Pariwisata NHI Bandung, sebagian besar berasal dari Bandung yaitu sebesar 56,3 %, kemudian berasal dari Sukabumi sebesar 9,4 %, selanjutnya berasal dari Bekasi

dan Jakarta masing-masing sebesar 6,3 % dan sisanya berasal dari Batam, Bengkulu, Cianjur, Karawang, Palembang, Surabaya dan Tangerang masing-masing sebesar 3,1 %. Hal ini menunjukkan seberapa besar mahasiswa baru di peminatan *Room Division* Akademi Pariwisata NHI Bandung berasal dari Kota Bandung dimana Akademi Pariwisata NHI Bandung berdiri.

4.2.2. Tanggapan Responden Mengenai Periklanan (X) dan Minat Beli (Y)

4.2.2.1. Tanggapan Mengenai Periklanan (X)

Tabel 4.5

**Tanggapan Responden mengenal RDS Akpar NHI Bandung melalui
*Brochure***

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	2	5	6.3	10
Setuju	17	4	53.1	68
Tidak Ada Pendapat	4	3	12.5	12
Tidak Setuju	5	2	15.6	10
Sangat Tidak Setuju	4	1	12.5	4
Total	32		100	104

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{104}{160} \times 100 \% = 65\%$$

160

Pada tabel 4.5 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 2 orang (6,3%). Responden yang menyatakan setuju sebanyak 17 orang (53,1%). Sedangkan yang menyatakan tidak ada pendapat dan sangat tidak setuju masing-masing sebanyak 4 orang (12,5%) dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 orang (15,6%).

Dari nilai skor total 104 mendapatkan bahwa responden mengenal RDS Akpar NHI Bandung melalui *brochure* dengan persentase sebesar 65%.

Tabel 4.6

Tanggapan Responden mengenal RDS Akpar NHI Bandung melalui Koran

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	0	5	0.0	0
Setuju	4	4	12.5	16
Tidak Ada Pendapat	2	3	6.3	6
Tidak Setuju	19	2	59.4	38
Sangat Tidak Setuju	7	1	21.9	7
TOTAL	32		100	67

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{67}{160} \times 100 \% = 41,9\%$$

160

Pada tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (59,4%) menyatakan tidak setuju, kemudian kurang dari setengahnya (21,9%) menyatakan sangat tidak, disusul (12,5%) menyatakan setuju dan yang menyatakan tidak ada pendapat sebanyak (6,3%). Dari nilai skor total 67dapat dilihat bahwa respondenmengenal RDS Akpar NHI Bandung melalui Korandengan persentase sebesar 41,9%.

Tabel 4.7

**Tanggapan Responden mengenal RDS Akpar NHI Bandung melalui Surat
Kabar**

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	2	5	6.3	10
Setuju	3	4	9.4	12
Tidak Ada Pendapat	2	3	6.3	6
Tidak Setuju	22	2	68.8	44

Sangat Tidak Setuju	3	1	9.4	3
	32		100	75

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{75}{160} \times 100\% = 46,9\%$$

160

Pada tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (68,8%) menyatakan tidak setuju, kemudian yang menyatakan setuju dan sangat tidak setuju masing-masing (9,4%), disusul (6,3%) menyatakan sangat setuju dan tidak ada pendapat. Dari nilai skor total 75 dapat dilihat bahwa responden mengenal RDS Akpar NHI Bandung melalui Surat Kabar dengan persentase sebesar 46,9%.

Tabel 4.8

Tanggapan Responden mengenal RDS Akpar NHI Bandung melalui Radio

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	0	5	0.0	0
Setuju	7	4	21.9	28
Tidak Ada	3	3	9.4	9

Pendapat				
Tidak Setuju	19	2	59.4	38
Sangat Tidak Setuju	3	1	9.4	3
Total	32		100	78

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{78}{160} \times 100 \% = 48,75\%$$

160

Pada tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (59,4%) menyatakan tidak setuju, kurang dari setengahnya (21,9%) menyatakan setuju, kemudian yang menyatakan tidak ada pendapat dan sangat tidak setuju masing-masing (9,4%). Dari nilai skor total 78 dapat dilihat bahwa responden mengenal RDS Akpar NHI Bandung melalui radio dengan persentase sebesar 48,75%.

Tabel 4.9

Tanggapan Responden mengenai RDS Akpar NHI Bandung melalui Televisi

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	0	5	0.0	0
Setuju	7	4	21.9	28
Tidak Ada Pendapat	3	3	9.4	9
Tidak Setuju	16	2	50.0	32
Sangat Tidak Setuju	6	1	18.8	6
	32		100	75

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{75}{160} \times 100\% = 46,875\%$$

160

Pada tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (50%) menyatakan tidak setuju, kurang dari setengahnya (21,9%) menyatakan setuju, disusul dengan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar (18,8%) kemudian yang menyatakan tidak ada pendapat sebesar (9,4%). Dari nilai skor total 75 dapat dilihat bahwa responden mengenai RDS Akpar NHI Bandung melalui televisi dengan persentase sebesar 46,9%.

Tabel 4.10

**Tanggapan Responden mengenal RDS Akpar NHI Bandung melalui iklan
Sponsor di Suatu Event**

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	3	5	9.4	15
Setuju	7	4	21.9	28
Tidak Ada Pendapat	5	3	15.6	15
Tidak Setuju	13	2	40.6	26
Sangat Tidak Setuju	4	1	12.5	4
	32		100	88

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{88}{160} \times 100\% = 55\%$$

160

Pada tabel 4.10 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (40,6%) menyatakan tidak setuju, kurang dari setengahnya (21,9%) menyatakan setuju, disusul dengan yang menyatakan tidak ada pendapat sebesar (15,6%) kemudian yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar (12,5%), terakhir

sebanyak (9,4%) menyatakan sangat setuju. Dari nilai skor total 88 dapat dilihat bahwa responden mengenal RDS Akpar NHI Bandung melalui iklan sponsor di suatu event dengan persentase sebesar 55%.

Tabel 4.11

Tanggapan Responden mengenai RDS Akpar NHI Bandung melalui iklan yang diedarkan oleh perguruan tinggi negeri

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	4	5	12.5	20
Setuju	13	4	40.6	52
Tidak Ada Pendapat	7	3	21.9	21
Tidak Setuju	7	2	21.9	14
Sangat Tidak Setuju	1	1	3.1	1
	32		100	108

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{108}{160} \times 100\% = 67,5\%$$

160

Pada tabel 4.11 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (40,6%) menyatakan setuju, kurang dari setengahnya (21,9%) menyatakan tidak ada pendapat dan tidak setuju, disusul dengan yang menyatakan sangat setuju sebesar (12,5%) kemudian yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar (3,1%). Dari nilai skor total 108 dapat dilihat bahwa responden mengenal RDS Akpar NHI Bandung melalui iklan yang diedarkan oleh perguruan tinggi negri dengan persentase sebesar 67,5%.

Tabel 4.12

**Tanggapan Responden Mengenai Kejelasan informasi RDS di Akpar NHI
Bandung yang Didengar melalui Radio**

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	6	5	18.8	30
Setuju	4	4	12.5	16
Tidak Ada Pendapat	6	3	18.8	18
Tidak Setuju	13	2	40.6	26
Sangat Tidak Setuju	3	1	9.4	3
	32		100	93

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{93}{160} \times 100 \% = 58,1\%$$

160

Pada tabel 4.12 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (40,6%) menyatakan tidak setuju, kurang dari setengahnya (18,8%) menyatakan tidak ada pendapat dan sangat setuju, disusul dengan yang menyatakan setuju sebesar (12,5%) kemudian yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar (9,41%). Dari nilai skor total 93 dapat dilihat bahwa responden mendengar dengan jelas mengenai informasi mengenai RDS di Akpar NHI Bandung melalui radio dengan persentase sebesar 58,1%.

Tabel 4.13

**Tanggapan Responden Mengenai Ketertarikan dalam Melihat Iklan RDS
Akpar NHI Bandung di Televisi**

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	5	5	15.6	25
Setuju	5	4	15.6	20
Tidak Ada Pendapat	3	3	9.4	9
Tidak Setuju	16	2	50.0	32
Sangat Tidak Setuju	3	1	9.4	3

	32		100	89
--	----	--	-----	----

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{89}{160} \times 100 \% = 55,6\%$$

160

Pada tabel 4.13 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (50%) menyatakan tidak setuju, kurang dari setengahnya (15,6%) menyatakan setuju dan sangat setuju, disusul dengan yang menyatakan tidak ada pendapat dan sangat tidak setuju sebesar (9,4%). Dari nilai skor total 89 dapat dilihat bahwa responden merasa tertarik ketika melihat iklan tentang RDS Akpar NHI Bandung di TV dengan persentase sebesar 55,6%.

Tabel 4.14

**Tanggapan Responden Mengenai Banyaknya Iklan RDS AKpar NHI
Bandung di Setiap Event**

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	0	5	0.0	0

Setuju	7	4	21.9	28
Tidak Ada Pendapat	10	3	31.3	30
Tidak Setuju	10	2	31.3	20
Sangat Tidak Setuju	5	1	15.6	5
	32		100	83

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{83}{160} \times 100 \% = 51,9\%$$

160

Pada tabel 4.14 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (31,3%) menyatakan tidak setuju dan tidak ada pendapat, kurang dari setengahnya (21,9%) menyatakan setuju, disusul dengan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar (15,6%). Dari nilai skor total 83 dapat dilihat bahwa responden merasa banyak iklan RDS Akpar NHI Bandung bertebaran di setiap event dengan persentase sebesar 51,9%.

Tabel 4.15

**Tanggapan Responden Mengenal RDS Akpar NHI Bandung melalui
Spanduk**

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	5	5	15.6	25
Setuju	12	4	37.5	48
Tidak Ada Pendapat	3	3	9.4	9
Tidak Setuju	11	2	34.4	22
Sangat Tidak Setuju	1	1	3.1	1
	32		100	105

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{105}{160} \times 100\% = 65,6\%$$

160

Pada tabel 4.15 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (37,5%) menyatakan setuju, disusul sebesar (34,4%) menyatakan tidak setuju, kurang dari setengahnya (15,6%) menyatakan sangat setuju, kemudian sebesar

(9,4%) menyatakan tidak ada pendapat dan terakhir sebesar (3,1%) menyatakan sangat tidak setuju. Dari nilai skor total 105 dapat dilihat bahwa responden mengenal RDS Akpar NHI Bandung melalui spanduk dengan persentase sebesar 65,6%.

Tabel 4.16

Tanggapan Responden mengenal RDS Akpar NHI Bandung melalui baligho yang ada di Jalan raya

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	3	5	9.4	15
Setuju	6	4	18.8	24
Tidak Ada Pendapat	5	3	15.6	15
Tidak Setuju	15	2	46.9	30
Sangat Tidak Setuju	3	1	9.4	3
	32		100	87

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{87}{160} \times 100\% = 54,4\%$$

160

Pada tabel 4.16 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (46,9%) menyatakan tidak setuju, disusul sebesar (18,8%) menyatakan setuju, kemudian sebesar (15,6%) menyatakan tidak ada pendapat, kemudian sebesar (9,4%) menyatakan sangat setuju dan sangat tidak setuju. Dari nilai skor total 87 dapat dilihat bahwa responden mengenal RDS Akpar NHI Bandung melalui baligho yang ada di jalan raya dengan persentase sebesar 54,4%.

Tabel 4.17

Tanggapan Responden mengenal RDS Akpar NHI Bandung melalui balon raksasa

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	0	5	0.0	0
Setuju	2	4	6.3	8
Tidak Ada Pendapat	11	3	34.4	33
Tidak Setuju	12	2	37.5	24
Sangat Tidak Setuju	7	1	21.9	7
	32		100	72

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{72}{160} \times 100 \% = 45\%$$

160

Pada tabel 4.17 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (37,5%) menyatakan tidak setuju, disusul sebesar (34,4%) menyatakan tidak ada pendapat, kemudian sebesar (21,9%) menyatakan sangat tidak setuju, kemudian sebesar (6,3%) menyatakan setuju. Dari nilai skor total 72 dapat dilihat bahwa responden mengenal RDS Akpar NHI Bandung melalui balon raksasa dengan persentase sebesar 45%.

Tabel 4.18

Tanggapan Responden mengenal RDS Akpar NHI Bandung melalui Poster yang Ditempel di Setiap Tempat

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	5	5	15.6	25
Setuju	6	4	18.8	24
Tidak Ada Pendapat	4	3	12.5	12
Tidak Setuju	12	2	37.5	24
Sangat Tidak Setuju	5	1	15.6	5

	32		100	90
--	----	--	-----	----

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{90}{160} \times 100 \% = 56,3\%$$

160

Pada tabel 4.18 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (37,5%) menyatakan tidak setuju, disusul sebesar (18,8%) menyatakan setuju, kemudian sebesar (15,6%) menyatakan sangat setuju dan sangat tidak setuju, terakhir sebesar (12,5%) tidak ada pendapat. Dari nilai skor total 90 dapat dilihat bahwa responden mengenal RDS Akpar NHI Bandung melalui poster yang ditempel di setiap tempat dengan persentase sebesar 56,3%.

Tabel 4.19**Tanggapan Responden Mengenai iklan yang ada di poster menarik perhatian**

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	3	5	9.4	15
Setuju	18	4	56.3	72
Tidak Ada Pendapat	2	3	6.3	6
Tidak Setuju	7	2	21.9	14
Sangat Tidak Setuju	2	1	6.3	2
	32		100	109

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{109}{32} \times 100 \% = 68,1\%$$

160

Pada tabel 4.19 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (56,3%) menyatakan setuju, disusul sebesar (21,9%) menyatakan tidak setuju, kemudian sebesar (9,4%) menyatakan sangat setuju, dan sebesar (6,3%) menyatakan tidak ada pendapat dan sangat tidak setuju. Dari nilai skor total

109 dapat dilihat bahwa responden merasa iklan yang ada di poster menarik perhatiannya dengan persentase sebesar 68,1%.

Tabel 4.20

Tanggapan Responden Mengenai Kejelasan informasi di Spanduk walaupun dipengaruhi jarak pandang yang jauh

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	2	5	6.3	10
Setuju	7	4	21.9	28
Tidak Ada Pendapat	11	3	34.4	33
Tidak Setuju	11	2	34.4	22
Sangat Tidak Setuju	1	1	3.1	1
	32		100	94

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{94}{100} \times 100 \% = 94\%$$

160

Pada tabel 4.20 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (34,4%) menyatakan tidak ada pendapat dan tidak setuju, disusul sebesar (21,9%) menyatakan setuju, kemudian sebesar (6,3%) menyatakan sangat setuju, dan sebesar (3,1%) menyatakan sangat tidak setuju. Dari nilai skor total 94 dapat dilihat bahwa responden melihat dengan jelas informasi mengenai RDS Akpar NHI Bandung melalui spanduk walaupun saya berada jauh dari spanduk tersebut dengan persentase sebesar 58,75%.

4.2.3. Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli

Tabel 4.21

Tanggapan Responden Mengenai keinginan untuk memilih peminatan RDS sebelum mendaftar ke Akpar NHI Bandung

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	6	5	18.8	30
Setuju	16	4	50.0	64
Tidak Ada Pendapat	4	3	12.5	12
Tidak Setuju	6	2	18.8	12
Sangat Tidak Setuju	0	1	0.0	0
	32		100	118

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{118}{160} \times 100\% = 73,75\%$$

160

Pada tabel 4.21 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (50%) menyatakan setuju, disusul sebesar (18,8%) menyatakan sangat setuju dan tidak setuju, kemudian sebesar (12,5%) menyatakan tidak ada pendapat. Dari nilai skor total 118 dapat dilihat bahwa responden memiliki keinginan untuk memilih peminatan RDS sebelum mendaftar ke Akpar NHI Bandung dengan persentase sebesar 73.75%.

Tabel 4.22

Tanggapan Responden Mengenai Keinginan untuk menjadi bagian dari peminatan RDS di Akpar NHI Bandung

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	14	5	43.8	70
Setuju	12	4	37.5	48
Tidak Ada Pendapat	1	3	3.1	3
Tidak Setuju	5	2	15.6	10
Sangat Tidak Setuju	0	1	0.0	0
	32		100	131

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{131}{160} \times 100 \% = 81,9\%$$

160

Pada tabel 4.22 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (43,8%) menyatakan sangat setuju, disusul sebesar (37,5%) menyatakan setuju, kemudian sebesar (15,6%) menyatakan tidak setuju dan sebesar (3,1%) menyatakan tidak ada pendapat. Dari nilai skor total 131 dapat dilihat bahwa responden memiliki keinginan untuk menjadi bagian dari peminatan RDS di Akpar NHI Bandung dengan persentase sebesar 81,9%.

Tabel 4.23

Tanggapan Responden Mengenai Rekomendasi RDS sebagai peminatan yang memberikan peluang kerja

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	18	5	56.3	90
Setuju	10	4	31.3	40
Tidak Ada Pendapat	4	3	12.5	12
Tidak Setuju	0	2	0.0	0
Sangat Tidak Setuju	0	1	0.0	0
	32		100	142

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{142}{160} \times 100 \% = 88,75\%$$

160

Pada tabel 4.23 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (56,3%) menyatakan sangat setuju, disusul sebesar (31,3%) menyatakan setuju, dan sebesar (12,5%) menyatakan tidak ada pendapat. Dari nilai skor total 142 dapat dilihat bahwa responden merasa RDS direkomendasikan karena memberikan peluang kerja dan banyak benefit dengan persentase sebesar 88,75%.

Tabel 4.24

Tanggapan Responden Mengenai Rekomendasi RDS dilihat dari *Image*

Mahasiswanya yang selalu Rapi

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	16	5	50.0	80
Setuju	10	4	31.3	40
Tidak Ada Pendapat	4	3	12.5	12
Tidak Setuju	2	2	6.3	4
Sangat Tidak Setuju	0	1	0.0	0
	32		100	136

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{136}{160} \times 100 \% = 85\%$$

160

Pada tabel 4.24 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (50%) menyatakan sangat setuju, disusul sebesar (31,3%) menyatakan setuju, kemudian sebesar (12,5%) menyatakan tidak ada pendapat dan sebesar (6,3%) menyatakan tidak setuju. Dari nilai skor total 136 dapat dilihat bahwa responden merasa RDS direkomendasikan karena melihat mahasiswa dan presentasinya yang rapid dengan persentase sebesar 85%.

Tabel 4.25

**Tanggapan Responden Mengenai Perekomendasi RDS karena
Programnya mendukung Perkuliahan Perhotelan**

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	16	5	50.0	80
Setuju	12	4	37.5	48
Tidak Ada Pendapat	1	3	3.1	3
Tidak Setuju	3	2	9.4	6
Sangat Tidak Setuju	0	1	0.0	0
	32		100	137

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{137}{160} \times 100 \% = 85,6\%$$

160

Pada tabel 4.25 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (50%) menyatakan sangat setuju, disusul sebesar (37,5%) menyatakan setuju, kemudian sebesar (9,4%) menyatakan tidak setuju dan sebesar (3,1%) menyatakan tidak ada pendapat. Dari nilai skor total 137 dapat dilihat bahwa responden merasa RDS direkomendasikan karena memuat beberapa program yang mendukung perkuliahan perhotelan dengan persentase sebesar 85,6%.

Tabel 4.26

Tanggapan Responden Mengenai RDS adalah alternative utama saya dalam memilih peminatan jurusan di Akpar NHI Bandung

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	11	5	34.4	55
Setuju	11	4	34.4	44
Tidak Ada Pendapat	3	3	9.4	9
Tidak Setuju	6	2	18.8	12
Sangat Tidak Setuju	1	1	3.1	1
	32		100	121

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{121}{160} \times 100\% = 75,6\%$$

160

Pada tabel 4.26 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (34,4%) menyatakan sangat setuju dan setuju, disusul sebesar (18,8%) menyatakan tidak setuju, kemudian sebesar (9,4%) menyatakan tidak ada pendapat dan sebesar (3,1%) menyatakan sangat tidak setuju. Dari nilai skor total 121 dapat dilihat bahwa responden merasa RDS adalah alternative utama saya dalam memilih peminatan jurusan di Akpar NHI Bandung dengan persentase sebesar 75,6%.

Tabel 4.27

Tanggapan Responden Mengenai Biaya kuliah peminatan RDS relatif murah dibandingkan peminatan lain

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	13	5	40.6	65
Setuju	13	4	40.6	52
Tidak Ada Pendapat	5	3	15.6	15
Tidak Setuju	1	2	3.1	2
Sangat Tidak Setuju	0	1	0.0	0
	32		100	134

Sumber: data yang telah diolah

Skor tertinggi : $5 \times 32 = 160$

Skor terendah : $1 \times 32 = 32$

Frekuensi sebesar 32 berasal dari jumlah responden x 1 pertanyaan sehingga total jawaban sebanyak 32. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh sebesar:

$$\frac{134}{160} \times 100\% = 83,75\%$$

160

Pada tabel 4.27 diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar (40,6%) menyatakan sangat setuju dan setuju, disusul sebesar (15,6%) menyatakan tidak ada pendapat, dan sebesar (3,1%) menyatakan tidak setuju. Dari nilai skor total 134 dapat dilihat bahwa responden merasa Biaya yang ditawarkan oleh kampus pada peminatan RDS relatif murah dibandingkan peminatan lain dengan persentase sebesar 83,75%.

Tabel 4.28

**Tanggapan Responden Mengenai kegiatan sebelum memilih RDS Akpar
NHI Bandung**

Pernyataan	Jumlah	Skor	%	F x S
	(F)	(S)		
Sangat Setuju	18	5	56.3	90
Setuju	8	4	25.0	32
Tidak Ada Pendapat	1	3	3.1	3
Tidak Setuju	5	2	15.6	10
Sangat Tidak Setuju	0	1	0.0	0
	32		100	135

Sumber: data yang telah diolah