

BAB IV

ANALISIS HASIL PENELITIAN

Dalam bab IV ini akan disajikan analisis hasil penelitian tentang pengaruh intensitas periklanan, citra pendidikan Politeknik terhadap sikap siswa SMA Di Kota Ambon untuk mendaftar kuliah pada Prodi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ambon yang dimediasi oleh tingkat motivasi siswa. Dalam penelitian ini dilakukan analisis regresi sederhana dan regresi berganda dengan bantuan SPSS 22. Dalam penelitian ini ada enam hipotesis yang diuji.

4.1 Pengujian Hipotesis

Selain pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini. Ada juga pengujian mengenai mediasi, karena penelitian ini menggunakan variabel mediasi. Untuk itu akan dilihat apakah ada pengaruh mediasi untuk variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent). Untuk menguji variabel mediasi ada empat langkah yang dapat digunakan (Ngatno,2015:107). Langkah pertama adalah cara pemeriksaan, kedua adalah dengan melakukan pengujian dengan perhitungan rumus Sobel test secara manual, ketiga adalah dengan cara online pada Preacher tool melalui <http://quantpsy.org/sobel.htm>. Dan yang terakhir adalah pengujian menggunakan program SPSS (Process A.F. Hayes).

Dari keempat cara yang dikemukakan diatas, dalam penelitian ini untuk menguji variabel mediasi menggunakan langkah pertama pengujian dengan cara pemeriksaan yang dipopulerkan oleh Baron dan Kenny yang disebut” pendekatan empat langkah”, untuk beberapa tahap regresi dilakukan, setelah itu mengamati signifikansi koefisien dari setiap tahapannya. Empat langkah pengujian mediasi menurut Baron dan Kenny (dalam Ngatno, 2015:109-110) sebagai berikut:

Tabel 4.1
Pendekatan Empat Langkah Baron dan Kenny
(Ngatno,2015:109)

Langkah	Analisis	Visualisasi
1	Melakukan analisis regresi sederhana dengan X memprediksi me untuk menguji signifikansi jalur a	$X \rightarrow Me$
2	Melakukan analisis regresi sederhana dengan X memprediksi Y untuk menguji signifikansi jalur c	$X \rightarrow Y$
3	Melakukan analisis regresi sederhana dengan Me memprediksi Y untuk menguji signifikansi jalur b	$Me \rightarrow Y$
4	Melakukan analisis regresi berganda dengan X dan Me memprediksi Y.	$X \rightarrow Me \rightarrow Y$

Pada dasarnya menggunakan analisis regresi liner sederhana pada langkah 1 sampai dengan 3 digunakan untuk menetapkan bahwa ada pengaruh antar variabel. Sementara langkah 4 digunakan untuk mengetahui sifat variabel mediasi didalam model penelitian. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh mediasi menggunakan empat langkah Baron dan Kenny, maka langkah pertama yaitu melakukan analisis regresi liner sederhana dan berganda untuk menetapkan apakah terdapat pengaruh antara variabel-variabel yang ada. Pengaruh parsial diterima secara

statistik apabila nilai Sig.< 0,05 atau nilai t-hitung > dari t-tabel. Hasil analisis regresi linier sederhana disajikan pada beberapa tabel berikut:

4.2 Pengaruh Intensitas Periklanan (X1) terhadap Sikap Siswa (Y) menggunakan Uji Regresi Sederhana

Tabel 4.2
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.482 ^a	.233	.229	2.61671

a. Predictors: (Constant), Intensitas Periklanan
Sumber: data yang diolah,2019

Berdasarkan hasil analisis seperti yang ditampilkan pada tabel model summary diatas diketahui bahwa korelasi antara intensitas periklanan (X1) dan sikap siswa (Y) dengan korelasi produk momen *by pearson* didapat nilai R hitung sebesar 0.482. dilihat dari tingkat korelasi dan hubungan, nilai ini tergolong cukup. Dari output tersebut juga diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0.233. artinya, pengaruh variabel intensitas periklanan (X1) terhadap sikap siswa (Y) sebesar 23.3 persen. dan 76.7 persen variabel sikap siswa dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 4.3
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.148	1.237		1.736	.084
	Intensitas Periklanan	.091	.012	.482	7.864	.000

a. Dependent Variable: Sikap Siswa
Sumber: Data yang diolah,2019

Berdasarkan tabel 4.3, diketahui bahwa intensitas periklanan (X1) berpengaruh positif secara signifikan terhadap sikap siswa (Y) dengan koefisien 0.091 dan t-hitung $7.864 > t$ tabel 1.6524 (t-tabel 5 % one tail, N = 206) serta nilai signifikan $0.000 < 0,05$. Ini berarti bahwa variabel intensitas periklanan memberikan kontribusi sebesar 0.091 poin untuk meningkatkan sikap siswa untuk mendaftar pada jurusan AN Niaga Polnam. Hasil analisis ini sekaligus membuktikan hipotesis pertama bahwa intensitas periklanan (X1) berpengaruh positif secara signifikan terhadap sikap siswa (Y) dengan koefisien 0.091 dan t-hitung $7.864 > t$ tabel 1.6524 (t-tabel 5 % one tail, N = 206) serta nilai signifikan $0.000 < 0,05$.

4.2.1 Pengaruh Intensitas Periklanan (X1) terhadap Tingkat Motivasi Siswa (Me) menggunakan Uji Regresi Sederhana

Tabel 4.4
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.418 ^a	.175	.171	2.83942

a. Predictors: (Constant), Intensitas Periklanan
Sumber: Data yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada tabel *model Summary* di atas diketahui bahwa korelasi atau hubungan antara intensitas periklanan (X1) dengan Tingkat Motivasi (Me) dengan korelasi produk momen by pearson didapat nilai R hitung sebesar 0.418. dilihat dari tingkat hubungan ini terdapat nilai korelasi yang cukup. Yang artinya hubungan intensitas periklanan (X1) dan tingkat motivasi siswa (Me) tidak kuat ataupun juga tidak lemah. Sementara itu jika dilihat dari output dari

koefisien dterminasi (R Square) didapat nilai sebesar 17.5 persen. Artinya variabel intensitas periklanan berpengaruh sebesar 17.5 persen terhadap tingkat motivasi siswa (Me). Sementara itu sebanyak 82.5 persen tingkat motivasi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Tabel 4.5
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.899	1.343		.669	.504
Intensitas Periklanan	.083	.013	.418	6.579	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Motivasi siswa
Sumber: Data yang diolah,2019

Berdasarkan tabel 4.5, diketahui bahwa intensitas periklanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat motivasi siswa dengan koefisien 0.083 dan t-hitung 6.579 > t-tabel 1.6524 (t-tabel 5% one tail, N=206) serta nilai signifikansi 0.000 < 0.05. intensitas periklanan memberikan poin sebanyak 0.083 terhadap tingkat motivasi (Me). Tanpa intensitas periklanan (X1), nilai yang dimiliki oleh tingkat motivasi siswa hanya sebesar 0.899

4.2.2 Pengaruh Tingkat Motivasi (Me) terhadap Sikap Siswa (Y) menggunakan Uji Regresi Sederhana

Tabel 4.6
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.653 ^a	.427	.424	2.26109

a. Predictors: (Constant), Tingkat Motivasi Siswa

Sumber: Data yang diolah,2019

Berdasarkan hasil analisis pada tabel *model summary* diatas dapat diketahui bahwa korelasi antara tingkat motivasi siswa (Me) dan sikap siswa dengan korelasi *produk momen by pearson* didapat nilai R hitung sebesar 0.653 persen. jika dilihat dari tingkat korelasi dan kekuatan hubungan, 0.653 tergolong kuat. Artinya tingkat motivasi siswa memiliki hubungan yang kuat terhadap sikap siswa (Y). dilihat dari output koefisien determinasi (R square) sebesar 0.427 atau 42.7 persen. artinya variabel tingkat motivasi siswa (Me) berpengaruh sebesar 42.7 persen terhadap variabel sikap siswa (Y). Sementara itu sebanyak 57.3 persen sikap siswa dipengaruhi oleh variabel yang tidak ada di dalam penelitian ini.

Tabel 4.7
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.755	.513		11.224	.000
	Tingkat Motivasi Siswa	.624	.051	.653	12.331	.000

a. Dependent Variable: Sikap Siswa

Sumber: Data yang diolah,2019

Berdasarkan tabel 4.7, diketahui bahwa tingkat motivasi (Me) berpengaruh positif secara signifikan terhadap sikap siswa dengan koefisien 0.624 dan t-hitung

12.331 > t-tabel 1.6524 (t tabel 5 % one tail, N = 206) serta nilai signifikansi 0.000 < 0.05. Setelah melakukan analisis regresi linier sederhana antar variabel, selanjutnya dilakukan pengujian analisis regresi linier berganda sebagai dasar untuk melihat adanya hubungan mediasi (Ngatno, 2015:152). Analisis regresi linier berganda membantu peneliti mengetahui apakah variabel mediasi di dalam model penelitian bersifat penuh atau parsial.

4.2.3 Pengaruh Intensitas Periklanan (X1), terhadap Sikap Siswa (Y) melalui Tingkat Motivasi (Me) menggunakan Uji Regresi Berganda

Tabel 4.8
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.693 ^a	.480	.475	2.15947

a. Predictors: (Constant), Tingkat Motivasi, Inintensitas Periklanan
Sumber: Data yang diolah 2019

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada tabel *model summary* diketahui bahwa diketahui bahwa hasil korelasi atau hubungan antara intensitas periklanan (X1) dan tingkat motivasi (Me) terhadap sikap siswa dengan korelasi produk momen *by pearson* diadapati nilai R hitung sebesar 0.693. Jika dilihat dari tingkat korelasi dan kekuatan hubungan, nilai, 0.693 tergolong kuat. Artinya, variabel intensitas periklanan (X1) dan tingkat motivasi secara bersama-sama berpengaruh kuat terhadap sikap siswa. Sementara itu jika dilihat dari output koefisien determinasi (R square) terdapat nilai sebesar 0.480. Artinya variabel intensitas periklanan (X1) dan tingkat motivasi (Me) berpengaruh sebesar 48.0 persen terhadap sikap siswa (Y),

kemudian sebanyak 52 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Tabel 4.9
Coefisients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.677	1.022		1.641	.102
Intensitas Periklanan Tingkat Motivasi Siswa	.048	.011	.253	4.544	.000
	.523	.053	.548	9.825	.000

a. Dependent Variable: Sikap Siswa

Sumber: Data yang diolah,2019

Tabel 4.9 digunakan untuk membuktikan apakah hipotesis (H4) yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh mediasi antara variabel intensitas periklanan (X1) terhadap sikap siswa (Y) melalui tingkat motivasi Siswa (Me) diterima atau ditolak. Untuk menguji pengaruh mediasi tersebut untuk itu dilakukan pemeriksaan terhadap signifikansi koefisien regresi linier sederhana pada tabel 4.9 dan tabel 4.3 serta pemeriksaan terhadap signifikan koefisien regresi berganda pada tabel 4.9.

1. Pada tabel 4.5, hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa intensitas periklanan (X1) signifikan mempengaruhi tingkat motivasi (Me) dengan koefisien 0.083 dan t-hitung $6.579 > t\text{-tabel } 1.6524$ (t-tabel 5% one tail, N=206) serta nilai signifikansi $0.000 < 0.05$.
2. Pada tabel 4.3, hasil regresi linier sederhana menunjukkan bahwa intensitas periklanan (X1) berpengaruh positif secara signifikan terhadap sikap siswa

untuk mendaftar (Y) dengan koefisien 0.091 dan $t\text{-hitung} > t\text{-tabel } 1.6524$ ($t\text{-tabel } 5\%$ one tail, $N = 206$) serta nilai signifikan $0.000 < 0.005$.

3. Pada tabel 4.9, hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa tingkat motivasi (Me) signifikan mempengaruhi sikap siswa untuk mendaftar (Y) setelah dikontrol variabel intensitas periklanan (X1) dengan koefisien 0.053 dan $t\text{-hitung } 9.825 > t\text{-tabel } 1.6524$ ($t\text{-tabel } 5\%$ one tail, $N = 206$) serta nilai signifikan $0.000 < 0.05$.
4. Tabel 4.9, menunjukkan bahwa intensitas periklanan (X1) masih tetap signifikan mempengaruhi sikap siswa (Y) setelah dikontrol variabel tingkat motivasi (Me) dengan nilai koefisien 0.048 dan $t\text{-hitung } 4.544 > t\text{-tabel } 1.6524$ ($t\text{-tabel } 5\%$ one tail, $N = 206$) serta nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Hasil analisis regresi linier berganda tersebut menyimpulkan bahwa tingkat motivasi (Me) merupakan variabel mediasi parsial yang mampu memediasi pengaruh antara variabel intensitas promosi terhadap sikap siswa (Y). Hal ini dikarenakan oleh koefisien regresi intensitas periklanan terhadap sikap siswa masih tetap signifikan ketika masih di kontrol dengan variabel mediasi tingkat motivasi siswa.

Gambar 4.1
 Hasil Uji Sobel Pengaruh Mediasi Intensitas Periklanan (X1) Terhadap Sikap Siswa (Y) Melalui Tingkat Motivasi Siswa (Me) Menggunakan Preacher Tool di <http://quantspy.org/sobel/sobel.htm>.

	Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a	0.083	Sobel test:	5.36045945	0.008098	8e-8
b	0.523	Aroian test:	5.34116179	0.00812726	9e-8
S _a	0.013	Goodman test:	5.37996781	0.00806864	7e-8
S _b	0.053	<input type="button" value="Reset all"/>	<input type="button" value="Calculate"/>		

Hasil Uji Sobel melalui online dengan menggunakan *Preacher Tool* di alamat <http://quantspy.org/sobel/sobel.htm>. Ketika jalur a, jalur b, Sa dan Sb di masukan ke kolom yang tersedia, hasil uji sobelnya menunjukkan bahwa nilai z (**5.36045945**) > z-mutlak 1.96 pada tingkat signifikansi 0.05. maka disimpulkan bahwa **pengaruh mediasi adalah signifikan secara statistik.**

4.2.4 Pengaruh Citra Pendidikan Politeknik (X2) terhadap Sikap Siswa (Y) menggunakan Uji Regresi Sederhana

Tabel 4.10
 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.426 ^a	.181	.177	2.70257

a. Predictors: (Constant), Citra Pendidikan Politeknik
 Sumber: Data yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis diatas pada tabel *model summary* dapat diketahui bahwa korelasi antara variabel bebas citra pendidikan Politeknik (X2) terhadap variabel terikat sikap siswa (Y) dengan korelasi produk momen *by Pearson* didapat

nilai R hitung sebesar 0.426. jika dilihat dari tingkat korelasi dan kekuatan hubungan nilai R sebesar 0.426 tergolong cukup. Artinya , hubungan antara citra pendidikan Politeknik (X2) dengan sikap siswa (Y) dapat dikatakan tidak kuat juga tidak lemah. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0.181 atau 18.1 persen. artinya citra pendidikan Politeknik (X2) berpengaruh sebesar 18.1 persen terhadap sikap siswa (Y). dan 81.9 persen dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 4.11
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.474	1.395		1.773	.078
Citra Pendidikan Politeknik	.275	.041	.426	6.725	.000

a. Dependent Variable: Sikap Siswa

Sumber: Data yang diolah,2019

Berdasarkan tabel 4.11, diketahui bahwa citra pendidikan Politeknik (X2) berpengaruh positif secara signifikan terhadap sikap siswa (Y) dengan koefisien 0.275 dan t-hitung 6.725 > t tabel 1.6524 (t-tabel 5 % one tail, N = 206) serta nilai signifikan 0.000 < 0.05. Artinya, citra pendidikan Politeknik (X2) memberikan 0.275 poin terhadap sikap siswa (Y). dari hasil analisis ini membuktikan hipotesis kedua bahwa citra pendidikan Politeknik berpengaruh positif terhadap sikap siswa (Y) dengan koefisien 0.275 dan t-hitung 6.725 > t tabel 1.6524 (t-tabel 5 % one tail, N = 206) serta nilai signifikan 0.000 < 0.05.

4.2.5 Pengaruh Citra Pendidikan Politeknik (X2) terhadap Tingkat Motivasi (Me) menggunakan Uji Regresi Sederhana

Tabel 4.12
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.469 ^a	.220	.216	2.76121

a. Predictors: (Constant), Citra Pendidikan Politeknik

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan hasil analisis pada yang ditampilkan pada tabel *model summary* diatas dapat diketahui bahwa hubungan antara citra pendidikan Politeknik dengan tingkat motivasi dengan korelasi produk momen *by pearson* didapat nilai R hitung sebesar 0.469. dilihat dari tingkat korelasi dan kekuatan hubungan, nilai R sebesar 0.469 tergolong cukup kuat. Artinya citra pendidikan Politeknik mempunyai (X2) mempunyai pengaruh yang kuat terhadap tingkat motivasi siswa (Me). Sedangkan terlihat pada output juga diperoleh nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0.220. Artinya, variabel variabel citra pendidikan Politeknik (X2) berpengaruh sebesar 22.0 persen terhadap tingkat motivasi siswa. Kemudian sebanyak 78.0 persen variabel tingkat motivasi siswa (Me) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Tabel 4.13
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.075	1.426		-.754	.452
	Citra Pendidikan Politeknik	.317	.042	.469	7.582	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Motivasi Siswa

Sumber: Data yang diolah,2019

Berdasarkan tabel 4.5, diketahui bahwa citra pendidikan Politeknik (X₂) berpengaruh positif secara signifikan terhadap tingkat motivasi siswa (Me) dengan koefisien 0,317 dan t-hitung 7.582 > t-tabel 1.6524 (t-tabel 5% one tail N=206) serta nilai signifikansi 0.000 < 0,05. Sementara itu jika dilihat dari nilai koefisien yang dihasilkan, yaitu terdapat nilai 0.317. Artinya, variabel citra pendidikan hanya menyumbangkan nilai sebesar 0.317 terhadap tingkat motivasi siswa.

4.2.6 Pengaruh Citra Pendidikan Politeknik (X₂), terhadap Sikap Siswa (Y) melalui Tingkat Motivasi Siswa (Me) menggunakan Uji Regresi Berganda

Dari Tabel 4.14

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.667 ^a	.445	.440	2.23012

a. Predictors: (Constant), Tingkat Motivasi, Citra Pendidikan Politeknik

Sumber: Data yang diolah,2019

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada tabel model summary diatas dapat diketahui bahwa korelasi atau hubungan antara citra pendidikan Politeknik (X₂) dan tingkat motivasi siswa (Me) secara bersama-sama terhadap sikap siswa (Y) dengan

korelasi produk momen *by pearson* didapati nilai R hitung sebesar 0.667. apabila dilihat dari tingkat korelasi dan kekuatan hubungan nilai R sebesar 0.667 tergolong kuat. Artinya, antara citra pendidikan Politeknik (X2) dan tingkat motivasi (Me) terhadap sikap siswa (Y) berpengaruh sebesar 44.5 persen terhadap sikap siswa (Y), sementara itu sebanyak 55.5 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dihitung dalam penelitian ini.

Tabel 4.15
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.072	1.153		2.664	.008
Citra Pendidikan Politeknik	.099	.038	.153	2.589	.010
Tingkat Motivasi Siswa	.556	.057	.582	9.828	.000

a. Dependent Variable: Sikap Siswa
Sumber: Data yang diolah, 2019

Tabel 4.15, digunakan untuk membuktikan apakah hipotesis kelima (H5) terdapat pengaruh mediasi antara variabel bebas citra pendidikan Politeknik terhadap sikap siswa (Y) melalui tingkat motivasi siswa (Me) diterima atau ditolak. Untuk menguji pengaruh tersebut, akan dilakukan pemeriksaan terhadap signifikansi koefisien regresi linier sederhana pada tabel 4.13 dan tabel 4.11 serta pemeriksaan terhadap signifikansi koefisien regresi linier berganda pada tabel 4.15

1. Pada tabel 4.13, hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa citra pendidikan Politeknik (X2) berpengaruh positif secara signifikan terhadap

tingkat motivasi (Me) dengan koefisien 0,317 dan t-hitung $7.582 > t\text{-tabel } 1.6524$ (t-tabel 5% one tail N=206) serta nilai signifikansi $0.000 < 0,05$.

2. Pada tabel 4.11, hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa citra pendidikan Politeknik (X2) signifikan mempengaruhi sikap siswa (Y) dengan koefisien 0.275 dan t-hitung $6.725 > t\text{ tabel } 1.6524$ (t-tabel 5 % one tail, N = 206) serta nilai signifikan $0.000 < 0.05$.
3. Pada tabel 4.15, hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa tingkat motivasi siswa (Me) signifikan mempengaruhi sikap siswa (Y) setelah dikontrol variabel citra pendidikan Politeknik (X2). Koefisien variabel mediasi tingkat motivasi siswa sebesar 0.556 dengan t-hitung $9.828 > t\text{-tabel } 1.6524$ (t-tabel 5% one tail, N = 206).
4. Tabel 4.15, juga menunjukkan bahwa citra pendidikan Politeknik (X2) masih signifikan mempengaruhi sikap siswa (Y) setelah dikontrol variabel tingkat motivasi siswa (Me) dengan koefisien 0.099 dan t-hitung $2.589 > t\text{-tabel } 1.6524$ (t-tabel 5% *one tail*, N = 206). Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat motivasi merupakan variabel mediasi parsial yang mampu memediasi citra pendidikan Politeknik (X2) terhadap sikap siswa (Y). ini dikarenakan koefisien regresi citra pendidikan Polietknik masih tetap signifikan ketika masih dikontrol dengan variabel mediasi.

Gambar 4.2
 Hasil Uji Sobel Pengaruh Mediasi Citra Pendidikan Politeknik (X2)
 Terhadap Sikap Siswa (Y) Melalui Tingkat Motivasi Siswa (Me)
 menggunakan *Preacher Tool*
 di <http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>.

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p -value:
a	0.317	Sobel test: 5.96931448	0.02952634	0
b	0.556	Aroian test: 5.94978959	0.02962323	0
s_a	0.042	Goodman test: 5.98903287	0.02942913	0
s_b	0.057	Reset all	Calculate	

hasil Uji Sobel melalui perhitungan secara online dengan menggunakan *Preacher Tool* dia alamat <http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>. Ketika nilai jalur a, jalur b, S_a dan S_b dimasukan ke kolom yang tersedia, hasil Uji Sobelnya menunjukkan angka **5.96931448**. artinya, hasil Uji Sobel menyatakan bahwa **pengaruh mediasi signifikan**.

4.2.7 Pengaruh Intensitas Periklanan (X1), Citra Pendidikan Politeknik (X2) terhadap Sikap Siswa (Y) menggunakan Uji Regresi Berganda

Tabel 4.16
 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,579 ^a	,335	,329	2,44178

a. Predictors: (Constant), Intensitas Periklanan, Citra Pendidikan Politeknik
 Sumber: Data yang diolah,2019

Berdasarkan hasil analisis seperti yang ditampilkan pada tabel model summary Diatas diketahui bahwa korelasi atau hubungan antara intensitas periklanan (X1) dan citra pendidikan Politeknik (X2) terhadap sikap siswa (Y) didapat nilai R hitung

sebesar 0.579. dari output tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0.335 persen. Artinya variabel intensitas periklanan (X1) dan citra pendidikan Politeknik (X2) secara bersama-sama berpengaruh sebesar 33.5 persen terhadap sikap siswa, kemudian sebanyak 66.5 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Tabel 4.17
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.477	1.531		-2.270	.024
Intensitas Periklanan	.076	.011	.404	6.848	.000
Citra Pendidikan Politeknik	.213	.038	.330	5.592	.000

a. Dependent Variable: Sikap Siswa
Sumber: Data yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.17, diketahui bahwa intensitas periklanan (X1) dan citra pendidikan Politeknik (X2) berpengaruh positif secara signifikan terhadap sikap siswa (Y). dapat dilihat dari nilai koefisien yang ada 0.076 dan 0.213 kedua variabel memiliki t-hitung 6.848 yang lebih besar dari t-tabel 1.6524 dan 5.592 lebih besar dari t-tabel 1.6524 (t-tabel 5% *one tail*, N = 206) dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$.

Tabel 4.18
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	609,928	2	304,964	51,149	,000 ^b
	Residual	1210,349	203	5,962		
	Total	1820,277	205			

a. Dependent Variable: Sikap Siswa
b. Predictors: (Constant), Intensitas Periklanan, Citra Pendidikan Politeknik
Sumber: Data yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.18, diatas dapat dilihat pada tabel Anova dengan nilai F hitung 51.149 lebih besar dari F-tabel 3.89. maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel intensitas periklanan (X1) dan citra pendidikan Politeknik secara bersama-sama terhadap sikap siswa (Y).

4.2.8 Pengaruh Intensitas Periklanan (X1), Citra Pendidikan Politeknik (X2) dan Tingkat Motivasi (Me) terhadap Sikap Siswa (Y) menggunakan Uji Regresi Berganda

Tabel 4.19
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.495	.488	2.13292

a. Predictors: (Constant), Tingkat Motivasi Siswa,Intensitas Periklanan,Citra pendidikan Politeknik
Sumber: Data yang diolah,2019

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada tabel *model summary* diatas diketahui bahwa korelasi antara intensitas periklanan (X1), citra pendidikan Politeknik (X2), dan tingkat motivasi siswa (Me) terhadap sikap siswa (Y) didapati nilai R hitung sebesar 0.704. dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0.495. Artinya, variabel intensitas periklanan,citra pendidikan dan tingkat motivasi berpengaruh sebesar 49.5 persen terhadap sikap siswa (Y), kemudian sebanyak 50.5 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Tabel 4.20
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.655	1.383		-.473	.636
Intesitas periklanan	.047	.010	.246	4.463	.000
Citra Pendidikan Politeknik	.090	.037	.140	2.467	.014
Tingkat Motivasi Siswa	.463	.058	.485	8.003	.000

a. Dependent Variable: Sikap Siswa
Sumber: Data yang diolah,2019

Berdasarkan tabel 4.20, diketahui bahwa intensitas periklanan (X1), citra pendidikan Politeknik (X2) dan tingkat motivasi siswa (Me) berpengaruh positif secara signifikan terhadap sikap siswa (Y) dengan nilai koefisien. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien regresi pada masing-masing variabel yang ada yaitu $X1 = 0.047$, $X2 = 0.090$ dan $Me = 0.463$ yang memiliki t-hitung yang lebih besar dari t-tabel 1.6524. serta nilai signifikansi yaitu $0.000 < 0.05$ dan 0.014 sedangkan untuk tingkat motivasi (Me) dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. dan dapat disimpulkan bahwa tingkat motivasi siswa mempunyai pengaruh yang sangat besar ketika secara bersama-sama mempengaruhi sikap siswa.

Tabel 4.21
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	901.309	3	300.436	66.039	.000 ^b
Residual	918.968	202	4.549		
Total	1820.277	205			

a. Dependent Variable: S
b. Predictors: (Constant), Tingkat Motivasi Siswa, Intensitas Periklanan, Citra Pendidikan Politeknik
Sumber: Data yang diolah,2019

Dari hasil tabel 4.21 dapat diketahui bahwa tabel Anova dengan nilai F hitung 66.039. jika nilai F hitung > dari F-tabel 3.89. Artinya ada pengaruh signifikan antara variabel intensitas periklanan (X1), citra pendidikan Politeknik (X2) dan tingkat motivasi (Me) secara bersama-sama terhadap sikap siswa (Y). Hal ini sekaligus membuktikan hipotesis keenam bahwa intensitas periklanan (X1),citra pendidikan Politeknik (X2) dan tingkat motivasi (Me) berpengaruh positif secara signifikan terhadap sikap siswa (Y) dengan nilai koefisien. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien regresi pada masing-masing variabel yang ada yaitu $X1 = 0.047$, $X2 = 0.090$ dan $Me = 0.463$ yang memiliki t-hitung yang lebih besar dari t-tabel 1.6524. serta nilai signifikansi yaitu $0.000 < 0.05$ dan 0.014 sedangkan untuk tingkat motivasi (Me) dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$.

4.3 Diskusi Penelitian

Berikut ini akan diulas untuk masing-masing hipotesis penelitian, yaitu pengaruh intensitas periklanan, citra pendidikan Politeknik terhadap sikap siswa SMA di Kota Ambon untuk mendaftar pada Prodi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ambon yang dimediasi oleh tingkat motivasi siswa. Dalam penelitian ini ada enam hipotesis. Hipotesis pertama adalah (H1) terdapat pengaruh positif antara variabel intensitas periklanan terhadap sikap siswa (Y). pengaruh ini dilihat dengan besarnya kekuatan hubungan (nilai R) yaitu sebesar 0.482 yang tergolong sangat cukup dengan nilai intensitas periklanan (X1) sebesar 23,3% terhadap sikap siswa (Y). Hipotesis kedua dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif citra pendidikan Politeknik (X2) terhadap sikap siswa (Y). hipotesis ini terbukti dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.005$

pada tabel koefisien regresi sebesar 0.426 yang termasuk kategori cukup dengan nilai kekuatan dengan nilai R Square sebesar 18,1%.

Hipotesis tiga adalah terdapat pengaruh positif intensitas periklanan (X1) dan citra pendidikan Politeknik (X2) terhadap sikap siswa (Y). Ini terbukti dengan nilai signifikansi pada tabel koefisien regresi sebesar $0.000 < 0.05$. sementara itu kekuatan dapat dilihat pada nilai F dari tabel Anova didapati nilai F hitung sebesar $51.149 >$ dari F-tabel 3.89. Artinya ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari intensitas periklanan (X1) dan citra pendidikan Politeknik terhadap sikap siswa (Y).

Hipotesis keempat adalah terdapat pengaruh positif intensitas periklanan (X1) terhadap sikap siswa (Y) melalui tingkat motivasi (Me). Hipotesis ini terbukti dengan hasil dari nilai signifikan pada tabel regresi $0.000 < 0.05$. adapun kekuatan pengaruhnya sebesar 0.693 yang termasuk dalam kategori kuat dengan nilai R Square sebesar 48.0 %. Hipotesis kelima adalah terdapat pengaruh positif citra pendidikan Politeknik (X2) terhadap sikap Siswa (Y) melalui tingkat motivasi siswa (Me). Terbukti dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. adapun dengan nilai R sebesar 0.667 dengan nilai R Square 44,5 % dan termasuk kategori hubungan yang sangat kuat.

Hipotesis keenam adalah terdapat pengaruh positif intensitas periklanan, citra pendidikan dan tingkat motivasi terhadap sikap siswa. Dari tabel Anova terlihat bahwa F-hitung sebesar $66.039 >$ dari F-tabel 3.89. Artinya ada pengaruh yang signifikan dari intensitas promosi (X1) dan citra pendidikan Politeknik terhadap tingkat motivasi (Me).

4.3.1 Akademis

Periklanan merupakan suatu kegiatan yang berlangsung untuk mengenalkan suatu produk serta meningkatkan penjualan terhadap sebuah produk dimata konsumen. Namun apabila iklan tidak dilakukan dengan baik maka para konsumen tidak akan mengetahui informasi yang jelas tentang produk yang akan di jual atau dipromosikan oleh suatu perusahaan. Maka dengan itu iklan dan promosi mempunyai peranan penting dalam penyampaian informasi tentang sebuah produk kepada individu atau kepada masyarakat secara umum. Promosi juga merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan jasa (Lupyoadi,2006:116).

Dalam bidang pendidikan tentang pengenalan sebuah Prodi atau lembaga pendidikan kepada calon mahasiswa harus mempunyai informasi yang jelas dan terbaru sehingga para calon mahasiswa mengetahui dengan jelas informasi dan mengerti apa yang disampaikan. Seperti halnya dengan informasi tentang Prodi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ambon kepada para calon mahasiswa yakni siswa SMA kelas XII di Kota Ambon. Kegiatan iklan bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai keinginan dan kebutuhannya. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa 46 persen responden memiliki tingkat mengetahui iklan yang sedang terhadap iklan AN Polnam. Kemudian sebanyak 31 persen tingkat pengetahuannya tinggi, sementara itu untuk responden yang tingkat pengetahuannya rendah sebanyak 23 persen (Grafik 3.3).

Artinya sebagian besar calon mahasiswa atau siswa kelas XII sudah mempunyai tingkat yang tinggi untuk mengetahui iklan Prodi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ambon. Saat responden di minta untuk mengisi angket penelitian mereka berupaya untuk mengingat kembali pada media iklan apa yang mereka dapatkan. Hal ini tentunya akan menunjukan bahwa informasi yang mereka dapatkan cukup baik dan berhasil diingat oleh responden. Hal ini juga dapat diperkuat dengan hasil tabulasi silang 3.18. terdapat 76.2% yang tingkat pengetahuannya rendah. Sedangkan yang termasuk kategori sedang 100% dan tinggi sebanyak 50.0%.. Artinya dalam pengetahuan akan informasi yang dibutuhkan oleh calon mahasiswa yang tinggi dengan semakin intensif promosi dilakukan maka semakin positif pula sikap dan tingkat motivasi dari calon mahasiswa untuk menyukai suatu tempat dimana akan mengembangkan pendidikannya.

Hal ini juga dapat terlihat pada hubungan tingkat motivasi siswa dan sikap siswa yang mana terlihat sebanyak 80.0% persen pada kategori rendah calon mahasiswa mempercayai akan citra pendidikan Politeknik dan 87.5% berada pada kategori sedang kemudian pada kategori tinggi menunjukkan tingkat motivasi tinggi dan sikap siswa tinggi sebesar 75%. Artinya para calon mahasiswa sudah sangat tahu dan percaya kepada citra pendidikan Politeknik. Hal ini dapat dibuktikan dengan tabulasi silang Berdasarkan tabel 3.19

Dalam penelitian ini menggunakan teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM). Teori ini menurut Petty dan Cacioppo dalam (Littlejohn,2012:109) adalah teori yang mencoba memprediksi kapan serta bagaimana anda akan dan tidak terbuju oleh pesan. Dalam teori terdapat dua rute pesan yang didapatkan oleh konsumen yaitu *Central Route Persuasion*(rute sentral) yang mana informasi yang didapatkan secara langsung dan mencakup banyak pemikiran dan didasarkan pada pertimbangan rasional yang tekun tentang informasi produk. Yang kedua adalah *Peripheral Route Persuasion* pada rute ini audiens atau konsumen tidak dipengaruhi oleh pesan yang disampaikan namun oleh faktor lain seperti kemasan produk, atau bagaimana cara pesan itu disampaikan. Pembentukan atau perubahan sikap pada rute ini tanpa bersifat kritis menerima atau menolak pesan yang diterima oleh mereka. Apabila hasil penelitian ini dijelaskan menggunakan teori ini maka dua variabel pertama termasuk rute central dan peripheral. Variabel X1 intensitas periklanan merupakan jalur peripheral dan penerima pesan dalam penelitian ini adalah siswa SMA kelas XII.

Para siswa kelas XII. Ketika iklan AN Polnam disampaikan pada media promosi para siswa akan dengan sendirinya memutuskan untuk melihat iklan pada media-media iklan yang bisa dijangkau mereka atau yang mudah bagi mereka. Dalam hal ini variabel intensitas periklanan memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap para siswa kelas XII untuk melihat iklan pada media promosi. artinya apabila iklan semakin sering ditampilkan maka semakin tinggi tingkat motivasi untuk mengetahui iklan dan sikap siswa untuk mendaftar pada Prodi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ambon.

Sementara untuk variabel X2 yaitu variabel citra pendidikan Politeknik masuk pada kategori rute central. Karena jalur ini mengharuskan para siswa atau calon mahasiswa sebagai penerima pesan berpikir secara kritis terhadap pesan-pesan yang didapatkan melalui media website Polnam atau media iklan lainnya. Dalam hal ini citra pendidikan Politeknik mempunyai pengaruh yang kuat terhadap sikap siswa untuk mendaftar pada Prodi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ambon.

Selanjutnya untuk variabel tingkat motivasi yang menjadi variabel mediasi dalam penelitian ini (variabel Me) termasuk dalam kategori rute central dikarenakan para calon mahasiswa harus melewati beberapa tahap untuk berpikir secara kritis tentang keinginan dan kebutuhan dari dalam dirinya sendiri. Para calon mahasiswa akan benar-benar melakukan beberapa proses untuk mengetahui iklan tersebut. Variabel ini mempunyai pengaruh yang sangat kuat untuk mendorong para calon mahasiswa untuk mengetahui iklan dan sikap siswa untuk mendaftar pada Prodi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ambon.

Dengan hasil penelitian yang menggunakan teori ELM ini membuktikan bahwa, untuk merubah sikap siswa untuk mendaftar pada Prodi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ambon terdapat dua jalur yang dapat dilewati. Pertama para calon mahasiswa atau para siswa SMA kelas XII terdorong untuk mengetahui iklan Prodi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ambon tanpa berpikir secara kritis, kedua para calon mahasiswa atau para siswa SMA kelas XII harus berpikir secara kritis dan melewati beberapa proses yakni melalui pesan-pesan pada media website Polnam atau media iklan lainnya.

4.3.2 Diskusi Praktis

Dari hasil penelitian ini juga menggambarkan bahwa tingkat motivasi siswa untuk mengetahui dari Prodi iklan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ambon. kemudian mempunyai keinginan dan kebutuhannya sendiri maka dapat dikategorikan sangat cukup. artinya para siswa dengan sendirinya memutuskan sendiri untuk memilih melihat iklan di media yang mereka anggap bahwa membuat mereka mengerti akan pesan yang disampaikan oleh Prodi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ambon. hal ini dikuatkan dengan pendapat (Sarwono,2009:212) bahwa motivasi adalah keadaan diri dalam manusia yang menggerakkan untuk bertindak atau berbuat dalam kegiatan sosial dengan perasaan tertentu didalam menanggapi objek situasi atau kondisi di lingkungan sekitar. Dengan hasil analisis pada pada pengujian hipotesis secara langsung intensitas periklanan (X1) terhadap sikap siswa memberikan pengaruh yang positif dan signifikan dengan kekuatan hubungan sebesar 0.482 dengan memberikan kontribusi kepada sikap siswa (Y) sebesar 23.3 % . dan ini merupakan kontribusi yang besar yang diberikan secara langsung. Maka dengan itu strategi penyampaian informasi dari Politeknik negeri Ambon tentang Prodi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ambon lebih intensif atau lebih sering dan menarik pada media iklan. karena iklan sangat mempunyai pengaruh yang besar secara langsung kepada sikap siswa. Maka dengan sendirinya para siswa akan menunjukkan sikap yang positif dan berminat terhadap Prodi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ambon.

4.3.3 Diskusi Sosial

Perubahan sikap pada masyarakat secara umum untuk mengkonsumsi media sangat cepat. Ini terlihat dari media konvensional kepada media digital, untuk itu pelaku industri harus benar-benar mempertimbangkan strategi yang dilakukan dalam penyampaian pesan persuasif kepada masyarakat. Mengingat banyaknya persaingan di dunia media sangat tinggi. Hal ini terlihat pada keputusan-keputusan yang strategis pada masyarakat dan kepada para calon mahasiswa untuk menetapkan keputusan terhadap suatu lembaga pendidikan.

Sikap merupakan hasil belajar manusia sehingga sikap dapat ditumbuhkan dan dikembangkan melalui proses belajar. Sikap menurut (Schifman, Kanuk,2008:234) bahwa sikap berhubungan erat dengan kepribadian seseorang karena kepribadian penting dalam pembentukan sikap. Hal ini berkaitan dengan sikap para siswa yang akan melanjutkan studi. Tetapi dari beberapa media promosi yang menyampaikan iklan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ambon terlihat masih pada media konvensional yaitu surat kabar, televisi, radio dan baliho ini membuktikan bahwa media-media tersebut masih tergolong aktif Di Kota Ambon, dan masih diperhatikan oleh masyarakat maupun para calon mahasiswa. Untuk itu Politeknik harus merancang iklan yang benar-benar mudah dimengerti oleh semua masyarakat dan para siswa calon mahasiswa. Iklan menurut Pujianto (2003:99) iklan merupakan media komunikasi persuasif yang dirancang sesuai dengan karakter media, segmen pasar dan kebutuhan masyarakat untuk mendapat tanggapan positif mengkonsumsi produk untuk membantu tercapainya tujuan.

Dengan tidak membatasi informasi Politeknik juga mempunyai media website yang menampilkan kebaruan informasi tentang masing-masing Prodi termasuk Prodi Administrasi Niaga. Untuk mempertahankan minat dari para siswa terhadap Prodi Administrasi Niaga maka menjadi perhatian serius dari pihak Politeknik dalam penyampaian pesan iklan pada media iklan baik konvensional maupun digital haruslah mempunyai strategi komunikasi yang baik dalam isi pesan, gambar iklan, kualitas pesan dan kemenarikan iklan yang disampaikan sehingga para siswa atau calon mahasiswa tertarik dan kemudian mempunyai minat terhadap jurusan tersebut. Selain itu Politeknik juga mempunyai hubungan kerjasama dengan sekolah-sekolah SMA yang ada Di Kota Ambon dengan pemberian bantuan beasiswa kepada para siswa yang ingin melanjutkan pendidikan pada Politeknik. Hal ini juga termasuk dalam mempertahankan citra pendidikan Politeknik sendiri.