

LAPORAN PENELITIAN

**PENGGUNAAN MEDIA CETAK DALAM MATA KULIAH
PERILAKU KONSUMEN PADA MAHASISWA JURUSAN
MANAJEMEN KONSENTRASI PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI UNIMED**

OLEH :

Dina Sarah Syahreza, SE, M.Si

Fauzia Agustini, SE, MBA

Hilma Harmen, SE, MBA

Nurul Wardani, SE, M.Si

Hendra Saputra, SE, M.Si


Dibiayai Dari Dana Rutin Universitas Negeri Medan Tahun Anggaran 2008
Sesuai Dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian Dana Rutin
Nomor : 170/H33.8/KFP/PL/2008

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
OKTOBER, 2008**

LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN

1. a. Judul : Penggunaan Media Cetak Dalam Mata Kuliah Perilaku Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi UNIMED
- b. Bidang Ilmu Penelitian : Penelitian Tindakan Kelas
- c. Kategori Penelitian : I (Pengembangan Ilmu Pengetahuan)
2. Ketua Peneliti
 - a. Nama Lengkap : Dina Sarah Syahreza, SE, M.Si
 - b. Jenis Kelamin : Perempuan
 - c. NIP : 132319784
 - d. Pangkat/Golongan : Penata Muda Tk.I/IIIb
 - e. Jabatan : Asisten Ahli
 - f. Fakultas/Jurusan : Ekonomi / Manajemen
3. Jumlah Tim Peneliti : 4 orang
 - a. Nama Anggota Peneliti I : Fauzia Agustini, SE, MBA
 - b. Nama Anggota Peneliti II : Hilma Harmen, SE, MBA
 - c. Nama Anggota Peneliti III : Nurul Wardani, SE, M.Si
 - d. Nama Anggota Peneliti IV : Hendra Saputra, SE, M.Si
4. Lokasi Penelitian : Universitas Negeri Medan
5. Waktu Penelitian : 3 (tiga) bulan
6. Biaya : Rp. 3.000.000,-

Mengetahui,
Dekan FE UNIMED



(Drs. Kustoro Budiarta, ME)
NIP.137005052

Medan, 16 Oktober 2008
Ketua peneliti

(Dina Sarah Syahreza, SE., M.Si)
NIP. 132319784

Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian UNIMED

(Dr. Ridwan Abd. Sani, M.Si)
NIP.131772614

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang positif antara media cetak dengan motivasi belajar mahasiswa. Sampel penelitian adalah mahasiswa stambuk 2005 jurusan manajemen konsentrasi pemasaran semester genap tahun ajaran 2007/2008 sejumlah 21 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden dan mengumpulkannya kembali. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana.

Setelah dilakukan pengolahan data dengan bantuan *SPSS for Windows* 16.0 maka diperoleh persamaan regresi $Y = 21.678 + 0.491X$. Selanjutnya diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.551 atau 55.1% yang berarti variabel media cetak mempengaruhi motivasi belajar pada mahasiswa stambuk 2005 konsentrasi pemasaran sebesar 55.1% dan selebihnya dipengaruhi faktor-faktor lain.

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan uji t dan hasilnya membuktikan bahwa media cetak benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi belajar.

Pada mata kuliah Perilaku Konsumen ini sebagian besar mahasiswa mendapat nilai yang bagus untuk nilai tugas. Mereka juga sangat antusias pada saat diskusi di dalam kelas respon (tanya jawab, tanggapan) dari peserta kelas pada saat kelompok yang bertugas presentasi di depan kelas.

Manfaat penggunaan media cetak dalam mata kuliah Perilaku Konsumen sangat terasa bagi mahasiswa dalam menambah pengetahuan mereka tentang perilaku konsumen dan membuat mata kuliah ini menjadi lebih menarik sehingga mahasiswa semakin tertarik dalam mempelajari mata kuliah ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada ALLAH SWT Yang Maha Pengasih karena dengan rahmatNya peneliti telah diberikan kesempatan untuk dapat menyiapkan laporan ini.

Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dari awal penyusunan proposal hingga selesainya laporan penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa hasil laporan ini jauh dari kata sempurna, tidak terlepas dari kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, peneliti akan dengan senang hati menerima saran dan kritikan yang bersifat membangun guna penyempurnaan laporan penelitian selanjutnya.

Akhir kata, peneliti berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan para pembaca umumnya.

Medan, 16 Oktober 2008

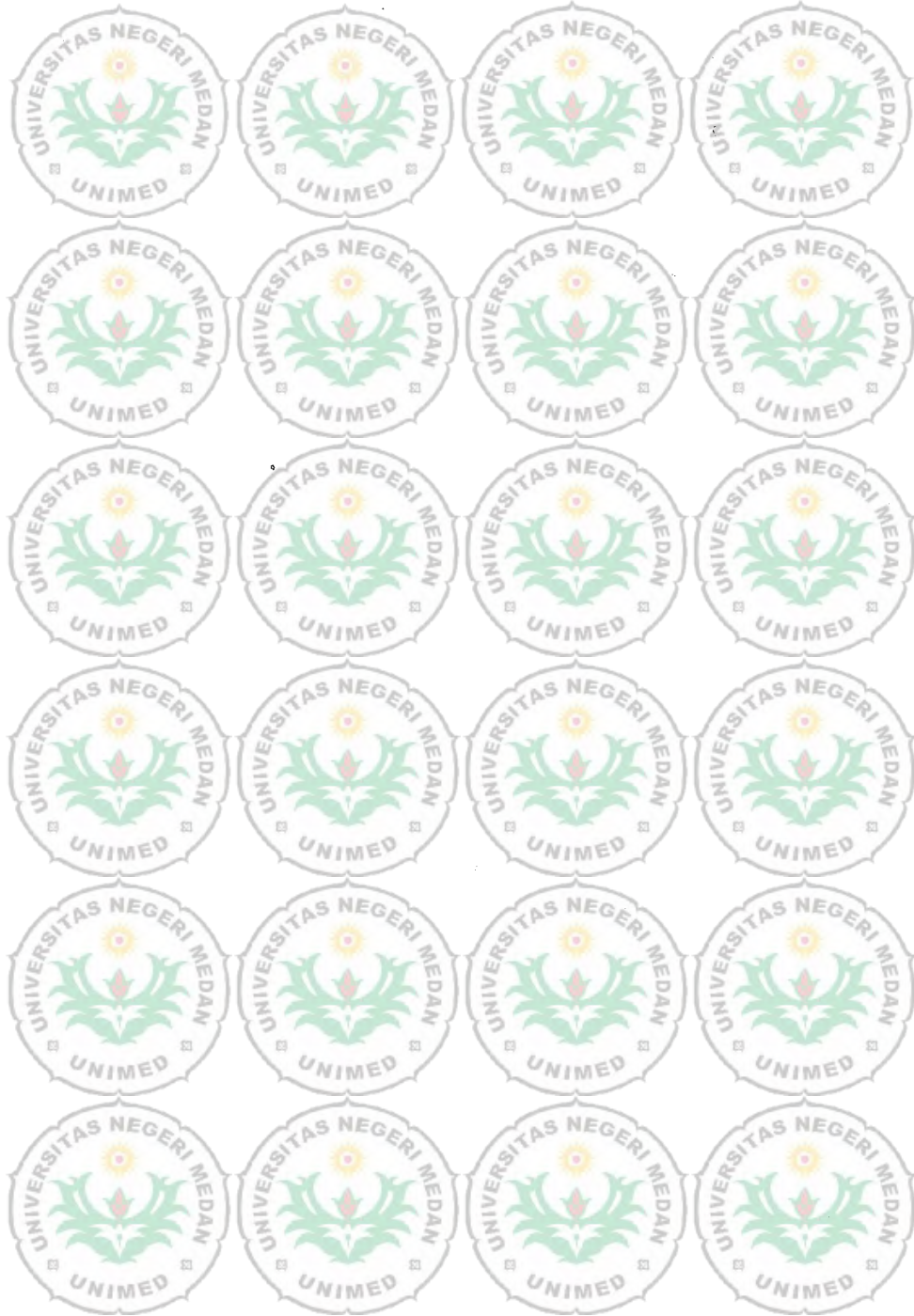
Ketua Peneliti,

Dina Sarah Syahreza, SE, M.Si

DAFTAR ISI

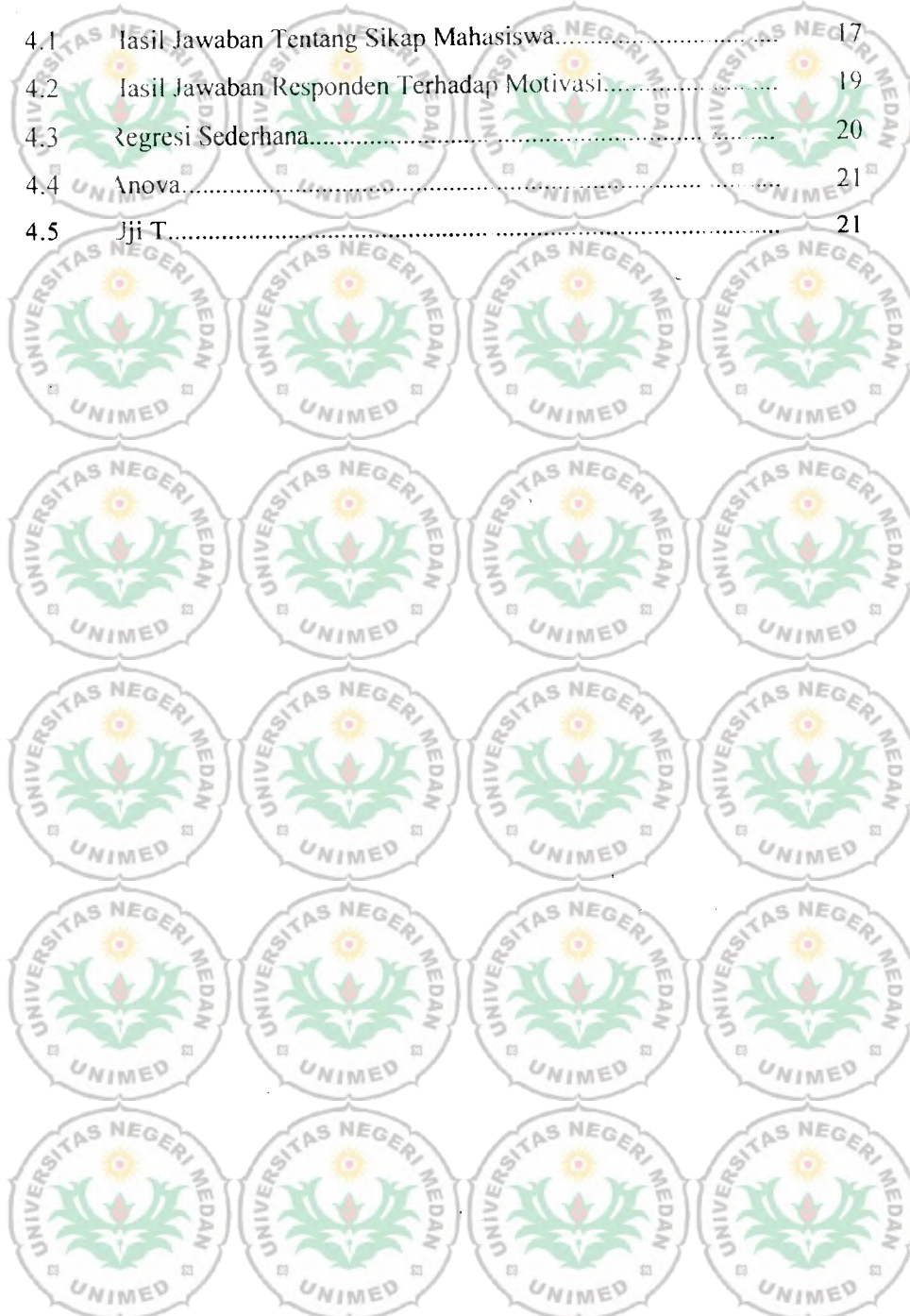
LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Hipotesis.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Media Pembelajaran.....	5
2.2 Media Cetak.....	7
2.3 Perilaku Konsumen.....	8
2.4 Motivasi.....	10
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Teknik pengumpulan Data.....	13
3.2 Populasi Dan Sampel.....	13
3.3 Alat Ukur Penelitian.....	13
3.4 Analisa Data.....	14
3.5 Mekanisme dan Rancangan.....	14
BAB IV. HASIL PENELITIAN	
4.1 Karakteristik Subjek Penelitian.....	16
4.2 Deskriptif.....	16
4.3 Regresi Sederhana.....	19
BAB V. PEMBAHASAN	22
BAB VI. PENUTUP	
6.1 Kesimpulan.....	24
6.2 Saran.....	25

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

No.		Halaman
4.1	Hasil Jawaban Tentang Sikap Mahasiswa.....	17
4.2	Hasil Jawaban Responden Terhadap Motivasi.....	19
4.3	Regresi Sederhana.....	20
4.4	Anova.....	21
4.5	Jji T.....	21



BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat Indonesia masih terus menuntut agar pendidikan mampu menyediakan alumnus yang siap pakai. Lembaga pendidikan merasakan kesulitan untuk memenuhi tuntutan tersebut jika kurikulum yang digunakan kurang memberikan pengalaman praktek serta adanya keterbatasan fasilitas pelatihan. Oleh karena itu pendekatan pembelajaran berbasis kompetensi dalam menyelesaikan implementasi Kurikulum 2004 merupakan alternatif pembinaan peserta didik, melalui penanaman berbagai kompetensi yang berorientasi pada karakteristik, kebutuhan dan pengalaman peserta didik, serta melibatkannya dalam proses pembelajaran seoptimal mungkin, agar setelah menamatkan suatu program pendidikan mereka memiliki kepribadian yang kukuh dan siap mengikuti berbagai perubahan.

Namun, meskipun berbagai kebijakan tersebut telah digulirkan sejauh ini pendidikan kita masih didominasi oleh pandangan bahwa pengetahuan sebagai perangkat fakta-fakta yang harus dihafal. Kelas masih bertokus pada guru sebagai sumber utama pengetahuan, kemudian ceramah, pemberian tugas menjadi pilihan utama strategi belajar sehingga terkesan monoton dan menjenuhkan. Hal tersebut jelas bertolak belakang dengan tujuan KBK yang mengutamakan pembelajaran berfokus pada siswa (siswa menjadi subjek pembelajaran dan perbedaan dalam kecepatan belajar siswa mendapatkan perhatian), terpadu, maksudnya pengelolaan pembelajaran dilakukan secara integratif, individu, artinya para siswa memiliki peluang untuk melakukan pembelajaran secara individual (Depdiknas, 2004). Sedangkan para guru tidak hanya sebagai instruktur, tetapi juga sebagai fasilitator, pemberi arah, konsultan dan sekaligus teman siswa.

Dalam penelitian ini pola pengajaran yang biasa dilakukan oleh dosen pada mata kuliah Perilaku Konsumen lebih menekankan pada pemahaman siswa tentang materi perkuliahan dari pada menekankan kemampuan kognitif siswa. Kondisi ini

berdampak negatif terhadap perkembangan pola pikir dan menghambat kreativitas siswa dalam memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat. Pengenalan mata kuliah Perilaku Konsumen ini pada hakekatnya bertujuan bukan hanya sebatas siswa mengetahui, tetapi juga bagaimana siswa mampu memahami tindakan konsumen dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Mata kuliah Perilaku Konsumen merupakan salah satu bidang ilmu manajemen yang harus dipelajari mahasiswa jurusan Manajemen untuk konsentrasi pemasaran.

Mengenai perilaku konsumen tidaklah mudah, kadang mereka terus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering pula mereka bertindak sebaliknya. Perilaku konsumen juga bersifat dinamis yang berarti bahwa perilaku konsumen tersebut selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Oleh karena itu, dalam mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen ini perlu suatu media yang *up to date* agar dapat mengikuti perubahan atau *trend* dari konsumen. Penggunaan media yang sesuai dapat membantu dosen mengaitkan antara materi yang diajarkannya dengan situasi dunia nyata dan mendorong siswa membuat hubungan antara pengetahuan yang dimilikinya dengan penerapannya dalam kehidupan. Dengan konsep itu, hasil pembelajaran diharapkan lebih bermakna bagi siswa. Proses pembelajaran berlangsung alamiah dalam bentuk kegiatan siswa bekerja dan mengalami, bukan transfer pengetahuan dari guru ke siswa.

Penggunaan media cetak pada mata kuliah Perilaku Konsumen ini sangat penting untuk dapat meningkatkan motivasi mahasiswa terhadap mata kuliah ini. Motivasi dapat berfungsi sebagai pendorong usaha dan pencapaian prestasi. *Motivation is an essential condition of learning* (Sardiman, 2005). Adanya motivasi yang baik dalam belajar akan menunjukkan hasil yang baik. Intensitas motivasi seorang siswa akan sangat menentukan tingkat pencapaian prestasi belajarnya. Oleh karena itu menggunakan media cetak diharapkan dapat membantu mereka. Media cetak yang dimaksudkan disini adalah majalah khususnya majalah *Marketing*, jurnal yang terkait dengan penelitian tentang perilaku konsumen dan gambar yang berhubungan dengan iklan. Mahasiswa konsentrasi pemasaran harus mempunyai pengetahuan yang cukup untuk dapat mengenali perilaku konsumen.

Pada masalah *Marketing*, terdapat berita-berita tentang pemasaran aktual yang terkini, yang sangat dibutuhkan bagi pemasar untuk mempersiapkan seperangkat kebijakan pemasaran seperti pengembangan produk beserta ciri-cirinya, harga, saluran distribusi, penyampaian pesan periklanan dan unsur-unsur detail dari bauran pemasaran. Para mahasiswa konsentrasi pemasaran juga sangat memerlukan penelitian-penelitian ilmiah yang berhubungan dengan perilaku konsumen. Penelitian-penelitian ini akan membantu mereka untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan sekaligus kepuasan konsumen. Sedangkan gambar yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah gambar yang berhubungan dengan iklan. Para mahasiswa diharapkan dapat menganalisa sebuah iklan sebab melalui iklan pemasar mencoba meyakinkan konsumen bahwa merek dan produk yang ditawarkan adalah pilihan yang tepat.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka dalam penelitian ini hendak dijawab beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh media cetak dalam mata kuliah Perilaku Konsumen terhadap motivasi belajar mahasiswa jurusan Manajemen Konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi UNIMED ?
2. Bagaimanakah motivasi belajar mahasiswa jurusan Manajemen Konsentrasi Pemasaran dalam mata kuliah Perilaku Konsumen dengan menggunakan media cetak?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui pengaruh media cetak dalam mata kuliah Perilaku Konsumen terhadap motivasi belajar mahasiswa jurusan Manajemen Konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi UNIMED.
2. Mengetahui motivasi belajar mahasiswa jurusan Manajemen Konsentrasi Pemasaran dalam mata kuliah Perilaku Konsumen dengan menggunakan media cetak.

1.4 Hipotesis

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan maka hipotesis penelitian ini adalah terdapat pengaruh media cetak dalam mata kuliah Perilaku Konsumen terhadap motivasi belajar mahasiswa jurusan Manajemen Konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi UNIMED.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Pembelajaran

Media berasal dari bahasa latin merupakan bentuk jamak dari “Medium” yang secara harafiah berarti “Perantara” atau “Pengantar” yaitu perantara atau pengantar sumber pesan dengan penerima pesan.

Media penyampai pesan memegang peranan penting dalam proses komunikasi. Tanpa media, pesan tidak akan sampai kepada kelompok audiens yang diinginkan. Oleh karena itu, memilih media yang tepat akan sangat menentukan apakah pesan yang ingin disampaikan kepada kelompok sasaran akan sampai atau tidak.

Beberapa ahli memberikan definisi tentang media pembelajaran. Schramm (1977) mengemukakan bahwa media pembelajaran adalah teknologi pembawa pesan yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan pembelajaran. Sementara itu, Briggs (1977) berpendapat bahwa media pembelajaran adalah sarana fisik untuk menyampaikan isi/materi pembelajaran seperti : buku, film, video dan sebagainya. Sedangkan, *National Education Assocation* (1969) mengungkapkan bahwa media pembelajaran adalah sarana komunikasi dalam bentuk cetak maupun pandang-dengar, termasuk teknologi perangkat keras. Dari ketiga pendapat di atas disimpulkan bahwa media pembelajaran adalah segala sesuatu yang dapat menyalurkan pesan, dapat merangsang fikiran, perasaan, dan kemauan peserta didik sehingga dapat mendorong terciptanya proses belajar pada diri peserta didik.

Brown (1973) mengungkapkan bahwa media pembelajaran yang digunakan dalam kegiatan pembelajaran dapat mempengaruhi terhadap efektivitas pembelajaran. Pada mulanya, media pembelajaran hanya berfungsi sebagai alat bantu guru untuk mengajar yang digunakan adalah alat bantu visual. Sekitar pertengahan abad Ke-20 usaha pemanfaatan visual dilengkapi dengan digunakannya alat audio, sehingga lahirlah alat bantu audio-visual. Sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK), khususnya dalam bidang pendidikan, saat ini penggunaan alat bantu atau media pembelajaran menjadi semakin luas dan interaktif, seperti adanya komputer dan internet.

Media memiliki beberapa fungsi, diantaranya :

1. Media pembelajaran dapat mengatasi keterbatasan pengalaman yang dimiliki oleh para peserta didik. Pengalaman tiap peserta didik berbeda-beda, tergantung dari faktor-faktor yang menentukan kekayaan pengalaman anak, seperti ketersediaan buku, kesempatan melancong, dan sebagainya. Media pembelajaran dapat mengatasi perbedaan tersebut. Jika peserta didik tidak mungkin dibawa ke obyek langsung yang dipelajari, maka obyeknyalah yang dibawa ke peserta didik. Obyek dimaksud bisa dalam bentuk nyata, miniatur, model, maupun bentuk gambar – gambar yang dapat disajikan secara audio visual dan audial.
2. Media pembelajaran dapat melampaui batasan ruang kelas. Banyak hal yang tidak mungkin dialami secara langsung di dalam kelas oleh para peserta didik tentang suatu obyek, yang disebabkan, karena : (a) obyek terlalu besar; (b) obyek terlalu kecil; (c) obyek yang bergerak terlalu lambat; (d) obyek yang bergerak terlalu cepat; (e) obyek yang terlalu kompleks; (f) obyek yang bunyinya terlalu halus; (f) obyek mengandung berbahaya dan resiko tinggi. Melalui penggunaan media yang tepat, maka semua obyek itu dapat disajikan kepada peserta didik.
3. Media pembelajaran memungkinkan adanya interaksi langsung antara peserta didik dengan lingkungannya.
4. Media menghasilkan keseragaman pengamatan
5. Media dapat menanamkan konsep dasar yang benar, konkrit, dan realistis.
6. Media membangkitkan keinginan dan minat baru.
7. Media membangkitkan motivasi dan merangsang anak untuk belajar.
8. Media memberikan pengalaman yang integral/menyeluruh dari yang konkrit sampai dengan abstrak

Terdapat berbagai jenis media belajar, diantaranya :

1. Media Visual : grafik, diagram, chart, bagan, poster, kartun, komik
2. Media Audial : radio, tape recorder, laboratorium bahasa, dan sejenisnya
3. *Projected still media* : slide, over head projektor (OHP), in focus dan sejenisnya
4. *Projected motion media* : film, televisi, video (VCD, DVD, VTR), komputer dan sejenisnya.

Sejalan dengan perkembangan IPTEK penggunaan media, baik yang bersifat visual, audial, *projected still media* maupun *projected motion media* bisa dilakukan secara bersama dan serempak melalui satu alat saja yang disebut Multi Media. Contoh : dewasa ini penggunaan komputer tidak hanya bersifat *projected motion media*, namun dapat meramu semua jenis media yang bersifat interaktif.

Kriteria yang paling utama dalam pemilihan media bahwa media harus disesuaikan dengan tujuan pembelajaran atau kompetensi yang ingin dicapai. Contoh : bila tujuan atau kompetensi peserta didik bersifat menghafalkan kata-kata tentunya media audio yang tepat untuk digunakan. Jika tujuan atau kompetensi yang dicapai bersifat memahami isi bacaan maka media cetak yang lebih tepat digunakan. Kalau tujuan pembelajaran bersifat motorik (gerak dan aktivitas), maka media film dan video bisa digunakan. Di samping itu, terdapat kriteria lainnya yang bersifat melengkapi (komplementer), seperti: biaya, ketepatangunaan; keadaan peserta didik; ketersediaan; dan mutu teknis.

2.2 Media Cetak

Media cetak ini merupakan media yang memerlukan biaya murah dalam penggunaannya dibanding dengan media elektronik. Dalam media cetak ada beberapa media yang dapat digunakan yakni, surat kabar, majalah, brosur dan lainnya. Informasi disajikan dalam bentuk visualisasi tulisan dan bahasa yang menarik.

Boyvee dan Till (dalam Wahyuni: 2007) memberikan empat pedoman cara mengorganisasikan pesan dalam tulisan, keempat pedoman tersebut adalah sebagai berikut:

1. subjek yang dituju harus jelas
2. seluruh informasi harus menunjukkan adanya hubungan antara subjek pesan dengan tujuan penyampaian pesan.
3. gagasan pesan dikelompokkan dan ditampilkan dalam kerangka logis.
4. seluruh tulisan harus mencakup informasi penting yang akan disampaikan.

Dalam kegiatan belajar mengajar media cetak dapat merupakan media yang efektif untuk berkomunikasi antara guru dan siswa. Guru harus berupaya menciptakan kondisi yang mengarahkan siswa melakukan aktivitas belajar. Salah satu upaya tersebut

yaitu dengan membuat kelas menjadi menarik tidak membosankan. Menggunakan media cetak yang sesuai dengan kebutuhan kelas akan membuat kelas menjadi menarik sehingga akan dapat menimbulkan minat belajar dari siswa.

Widodo (dalam Soelasnoko, 2000) menyatakan bahwa media cetak memiliki peranan sebagai salah satu fasilitas kegiatan siswa secara fisik dan faktual. Peranan ini mengacu pada sejumlah fungsi yang dimiliki, yaitu fungsi (1) informatif, (2) komunikatif, (3) rekreatif dan (4) kreatif. Selain itu media cetak mempunyai manfaat yaitu (1) peningkatan minat baca, (2) pengembangan cakrawala, (3) sumber acuan informasi keilmuan, (4) pengisi waktu luang serta penyalur hobi dan minat, (5) dokumentasi dan (6) media pengajaran. Sementara itu, Hout (dalam Wahyu, 2005) menambahkan bahwa fungsi pers mewarnai bidang pendidikan, penerangan dan komentar. Fungsi pers dalam pendidikan menurut Hout adalah mempertegas karena orang yang membaca surat kabar atau majalah tentunya sudah memiliki persiapan untuk menerima sesuatu yang diberitakan. Hal ini sama halnya dengan persiapan yang dilakukan anak didik ketika mereka sudah memasuki kelas.

2.3 Perilaku Konsumen

Menurut Schiffman (dalam Sumarwan, 2004:25), "Perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang akan memuaskan kebutuhan mereka". Dalam usaha memasarkan produknya, perusahaan harus memperhatikan jenis kebutuhan konsumen. Konsumen menyadari bahwa kebutuhan konsumen beraneka ragam, sehingga terdapat perbedaan perilaku antara individu satu dengan yang lain untuk memenuhi kebutuhan.

Oleh karena itu, perusahaan harus memahami, mempelajari, dan menganalisis perilaku konsumen yang dituju, sehingga diperoleh pandangan yang lebih mendalam tentang konsumen dan dapat menilai kembali kebutuhan serta menanggapi dengan cepat kebutuhan tersebut.

Schiffman (2000:5) mengungkapkan bahwa "perilaku seseorang dalam membuat keputusan untuk membelanjakan sumberdaya yang dimilikinya (waktu, uang, usaha) guna mendapatkan barang dan jasa yang berkaitan dengan proses konsumsinya". Ini

termasuk apa yang dibeli, mengapa membeli, kapan membeli, dimana membeli, berapa sering menggunakan in.

Semua faktor yang melatarbelakangi keputusan pembelian konsumen ini pada akhirnya merupakan pemicu terjadi perilaku pembelian. Sensitifitas konsumen ini juga dimungkinkan dipengaruhi oleh setiap variabel yang melatarbelakangi keputusan pembelian oleh konsumen.

Perilaku konsumen juga didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan hentuun kegiatan-kegiatan tersebut (Schifflituur; 2005), ada dua elemen.

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini (Nugroho J. Setiadi, 2000).

Menurut Loudon (1993), terdapat lima cara yang penting yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu :

1. Sumber daya konsumen

Setiap orang mempunyai tiga sumber daya dalam setiap pengambilan keputusan yaitu waktu, uang dan perhatian (penerimaan informasi dan kemampuan pengelolaan)

2. Motivasi dan keterlibatan

Psikolog dan pemasar bersama-sama selalu berkepentingan untuk menjelaskan apa yang terjadi bila perilaku yang diarahkan pada tujuan diberi energi dan diaktifkan

3. Pengetahuan

Pengetahuan, hasil belajar dapat didefinisikan secara sederhana sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan

4. Sikap

Sikap sebagai suatu evaluasi menyeluruh yang memungkinkan orang berespons dengan cara menguntungkan atau tidak menguntungkan secara konsisten berkenaan dengan objek atau alternatif

5. Kepribadian, gaya hidup dan demografi

2.4 Motivasi

2.4.1 Pengertian

Menurut Downey (1998 : 463) motivasi adalah “rangsangan yang menghasilkan tindakan. Motivasi akan timbul apabila seseorang itu mempunyai motif.”

Swastha (2002 : 77) menyatakan bahwa motif adalah “keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai sesuatu tujuan. Motif yang ada pada seseorang akan mewujudkan suatu tingkah laku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan.”

Menurut Kotler (1996 : 161) motif adalah “kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak.”

Moekijat (dalam Hasibuan 2003) menyatakan motif adalah “semua penggerak alasan atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu.”

Sedangkan Ernie (2005 : 235) menyatakan motivasi adalah “keinginan yang mendorong untuk melakukan pekerjaannya.”

Motivasi menurut Berelson (dalam Hasibuan 2003) adalah “suatu pendorong dari dalam untuk beraktivitas atau bergerak secara langsung atau mengarah kepada sasaran akhir.”

Sedangkan Koont (dalam Hasibuan : 2003) menyatakan “motivasi mengacu pada dorongan dan usaha untuk memuaskan kebutuhan atau suatu tujuan.”

Motivasi menurut Hasibuan adalah “pemberian daya penggerak yang menciptakan keairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan.”

Menurut Mc Donald (dalam A.M Sardinian, 2005), motivasi adalah perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya “*feeling*” dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan. Dari pengertian yang dikemukakan Mc. Donald ini mengandung tiga elemen penting yaitu :

1. Bahwa motivasi itu mengawali terjadinya perubahan energi pada diri setiap individu manusia. Perkembangan motivasi akan membawa beberapa perubahan energi di dalam sistem “*neurophysiological*” yang ada pada organisme manusia. Karena menyangkut perubahan energi manusia (walaupun motivasi itu muncul dari dalam

diri manusia), namun akan menyangkut kegiatan fisik manusia.

2. Motivasi diandai dengan munculnya rasa “*feeling*”, afeksi seseorang. Dalam hal ini motivasi relevan dengan persoalan-persoalan kejiwaan, afeksi dan emosi yang dapat menentukan tingkah laku manusia.
3. Motivasi akan dirangsang karena adanya tujuan. Jadi motivasi dalam hal ini sebenarnya merupakan respon dari suatu aksi, yakni tujuan. Motivasi memang muncul dari dalam diri manusia, tetapi kemunculannya karena terangsang/terdorong oleh adanya unsur lain, dalam hal ini adalah tujuan.

Dalam kegiatan belajar mengajar, apabila ada seseorang siswa, misalnya tidak berbuat sesuatu yang seharusnya dikerjakan, maka perlu diselidiki sebab-sebabnya. Hal ini berarti pada diri anak tidak terjadi perubahan energi, tidak terangsang afeksinya untuk melakukan sesuatu, karena tidak memiliki tujuan atau kebutuhan belajar. Kadaan semacam ini perlu dilakukan daya upaya yang dapat menemukan sebabnya kemudian mendorong siswa itu mau melakukan pekerjaan yang seharusnya dilakukan, yakni belajar.

Peranan guru sangat penting untuk melakukan usaha-usaha agar dapat menumbuhkan dan memberikan motivasi agar anak didiknya melakukan aktivitas belajar dengan baik. Memberikan motivasi kepada siswa berarti menggerakkan siswa untuk melakukan sesuatu. Situasi belajar yang menyenangkan akan menyebabkan kegiatan belajar menjadi efektif.

2.4.2 Fungsi Motivasi Dalam Belajar

Hasil belajar akan menjadi optimal apabila terdapat motivasi dari diri siswa. Makin tepat motivasi yang diberikan, akan makin berhasil pula suatu pelajaran. Jadi motivasi akan senantiasa menentukan intensitas usaha belajar bagi para siswa.

Terdapat tiga fungsi motivasi (A.M Sardiman, 2005) :

1. Mendorong manusia untuk berbuat, jadi sebagai penggerak atau motor yang melepaskan energi. Motivasi dalam hal ini merupakan motor penggerak dari setiap kegiatan yang akan dikerjakan.
2. Menentukan arah perbuatan, yakni ke arah tujuan yang hendak dicapai. Dengan demikian motivasi dapat memberikan arah dan kegiatan yang harus dikerjakan sesuai

dengan rumusan tujuannya.

3. Menyeleksi perbuatan, yakni menentukan perbuatan-perbuatan apa yang harus dikerjakan yang serasi guna mencapai tujuan, dengan menyisihkan perbuatan-perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan tersebut. Seseorang siswa yang akan menghadapi ujian dengan harapan dapat lulus, tentu akan melakukan kegiatan belajar dan tidak akan menghabiskan waktunya untuk bermain kartu atau membaca komik sebab tidak serasi dengan tujuan.

Disamping itu, motivasi dapat berfungsi sebagai pendorong usaha dan pencapaian prestasi. Seseorang melakukan suatu usaha karena adanya motivasi. Adanya motivasi yang baik dalam belajar akan menunjukkan hasil yang baik. Dengan kata lain, dengan adanya usaha yang tekun dan terutama didasari adanya motivasi, maka seseorang yang belajar akan dapat melahirkan prestasi yang. Intensitas motivasi seorang siswa akan sangat menentukan tingkat pencapaian prestasi belajarnya.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini akan dilakukan dengan penelitian langsung di dalam kelas. Peneliti akan memperhatikan selama proses pembelajaran dengan menggunakan media cetak. Data yang digunakan adalah data kualitatif dan kuantitatif. Pada akhir pelajaran, peneliti akan menyebarkan angket yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun berdasarkan indikator kepada responden. Jumlah seluruh pertanyaan adalah sebanyak 20 item dengan perincian sebagai berikut :

- Pertanyaan untuk aspek media cetak sebanyak 10 item
- Pertanyaan untuk aspek motivasi belajar sebanyak 10 item

3.2 Populasi dan Sampel

Mahasiswa semester 6 jurusan Manajemen konsentrasi Pemasaran untuk tahun ajaran 2007/2008 berjumlah 22 orang. Penelitian akan dilakukan selama bulan Maret hingga bulan Juni 2008.

3.3 Alat Ukur Penelitian

Peneliti akan menggunakan angket untuk mengetahui pengaruh media cetak terhadap motivasi belajar siswa. Indikator media cetak adalah menarik, manfaat, keterkaitan dengan mata kuliah, waktu penyajian, pengetahuan. Indikator motivasi adalah minat, dorongan belajar, semangat, ketertarikan, kepuasan.

Pada penelitian ini, peneliti juga akan mengukur motivasi siswa dengan melihat kepada nilai tugas dan nilai ujian formatif, antusiasme dalam kelas yang terdiri dari respon (tanya jawab) dari peserta kelas pada saat presentasi, disiplin siswa yang terdiri dari kehadiran tepat waktu, persentase kehadiran di kelas, ketertiban dalam kelas.

3.4 Analisa Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisa deskriptif untuk dapat menginterpretasikan data dan regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan uji t digunakan untuk menguji hipotesis .

3.5 Mekanisme dan Rancangan

Rancangan dan mekanisme kegiatan yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut :

1. Dosen memberikan kuliah yang berhubungan dengan materi perkuliahan.
2. Membuat kelompok diskusi yang dibagi sesuai dengan jumlah mahasiswa.
3. Menggunakan salah satu topik yang terkini dalam majalah *Marketing* untuk dianalisa oleh masing-masing kelompok dan diberikan waktu penyelesaian selama 2 minggu.
4. Masing-masing kelompok presentasi di depan kelas dengan menggunakan media LCD dan diadakan tanya jawab.
5. Dosen menilai hasil presentasi dan paper yang telah dibuat serta keaktifan kelas.
6. Masing-masing kelompok juga diberikan tugas mencari jurnal yang berhubungan dengan penelitian perilaku konsumen dan melakukan analisa terhadap jurnal tersebut.
7. Setelah dua minggu, masing-masing kelompok juga harus presentasi tentang analisa jurnal yang telah mereka buat dan diadakan tanya jawab.
8. Tugas dosen menilai hasil presentasi dan paper yang telah dibuat serta keaktifan kelas.
9. Pada materi Komunikasi Persuasif yang berhubungan dengan iklan, masing-masing kelompok juga diberikan tugas menganalisa sebuah iklan dalam media cetak (majalah, koran, buku dsb.). Mereka juga diharuskan dapat membuat iklan cetak dimana tema untuk iklan tersebut sudah ditentukan.
10. Dosen melakukan penilaian terhadap hasil presentasi dan iklan serta keaktifan kelas.
11. Setelah dua minggu, masing-masing kelompok harus mempresentasikan hasil analisa mereka terhadap sebuah iklan dan hasil karya mereka dalam membuat iklan cetak. Pada saat itu juga akan diadakan tanya jawab serta siswa disuruh menilai iklan yang terbaik.

12. Pada akhir pelajaran, dibagikan angket kepada seluruh peserta kelas untuk mengetahui pengaruh media cetak terhadap motivasi belajar siswa.



BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Karakteristik Subjek Penelitian

Pada penelitian ini subjek penelitian adalah mahasiswa stambuk 2005 jurusan Manajemen konsentrasi Pemasaran yang mengambil mata kuliah Perilaku Konsumen pada semester genap tahun ajaran 2007/2008. Adapun jumlah mahasiswa yang terlibat adalah 21 orang yang terdiri dari 11 orang perempuan dan 10 orang pria.

4.2 Deskriptif

a. Media Cetak

Pernyataan tentang sikap mahasiswa terhadap media cetak pada mata kuliah Perilaku Konsumen merupakan perasaan responden pada saat pembelajaran mata kuliah Perilaku Konsumen tersebut. Pernyataan ini dapat dilihat pada tabel 4.1

Para mahasiswa mayoritas menyatakan setuju (95.2%) bahwa dengan penggunaan media cetak menambah mata kuliah Perilaku Konsumen menjadi menarik.

Pada pernyataan sikap mahasiswa terhadap media cetak tentang menariknya penggunaan media cetak pada pembelajaran dalam mata kuliah Perilaku Konsumen sejumlah 52.4% responden menyatakan setuju dan 28.6% menyatakan sangat setuju.

Sebagian besar responden menyatakan bahwa manfaat penggunaan media cetak sangat besar dalam pembelajaran mata kuliah Perilaku Konsumen (setuju 33.3% dan sangat setuju 66.7%).

Para mahasiswa juga menyatakan bahwa mereka tertarik mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen karena adanya penggunaan media cetak dalam pembelajaran mata kuliah tersebut (95.2% menyatakan setuju).

Dalam penyajian (presentasi) tugas dengan menggunakan media cetak responden menyatakan sesuai dengan batas waktu yang ditentukan (47.6% setuju dan 33.3% sangat setuju).

Sebagian besar para responden menyatakan bahwa penggunaan media cetak dalam mata kuliah Perilaku Konsumen menambah pengetahuan tentang perilaku konsumen (52.4% setuju dan 47.6% sangat setuju).

Tabel 4.1
Hasil Jawaban Tentang Sikap Mahasiswa Terhadap Media Cetak

No.	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Pasti	Setuju	Sangat Setuju
1.	Penggunaan media cetak dalam mata kuliah Perilaku Konsumen membuat mata kuliah ini menjadi menarik	0	0	4.8%	95.2%	0
2.	Media cetak yang digunakan dalam mata kuliah Perilaku Konsumen menarik	0	0	19%	52.4%	28.6%
3.	Media cetak yang digunakan dalam mata kuliah Perilaku Konsumen bermanfaat bagi mahasiswa yang mempelajari Perilaku Konsumen	0	0	0	33.3%	66.7%
4.	Manfaat media cetak dalam mata kuliah Perilaku Konsumen sangat besar bagi mahasiswa dalam mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen	0	0	0	61.9%	38.1%
5.	Penggunaan media cetak meningkatkan ketertarikan saya dalam mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen	0	0	9.5%	76.2%	14.3%
6.	Ketertarikan mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen ada hubungannya dengan penggunaan media cetak yang digunakan	0	0	4.8%	95.2%	0
7.	Waktu penyajian pada saat penggunaan media cetak sesuai dengan batas waktu yang ditentukan	0	0	19%	47.6%	33.3%
8.	Penyajian menggunakan media cetak tidak berlebihan	0	0	0	81%	19%
9.	Penggunaan media cetak dalam mata kuliah Perilaku Konsumen menambah pengetahuan tentang	0	0	0	52.4%	47.6%

	perilaku konsumen					
10.	Pengetahuan mahasiswa meningkat dengan penggunaan media cetak dalam mempelajari perilaku konsumen	0	0	0	71.4%	28.6%

b. Motivasi Belajar

Pernyataan tentang motivasi belajar mahasiswa pada mata kuliah Perilaku Konsumen dapat dilihat pada tabel 4.2. yang merupakan jawaban para responden tentang motivasi belajar mereka

Sebagian besar mahasiswa mempunyai minat yang besar terhadap mata kuliah Perilaku Konsumen, terlebih dengan penggunaan media cetak dalam pembelajaran mata kuliah tersebut (76.2% setuju dan 23.8 sangat setuju).

Penggunaan media cetak juga membuat para mahasiswa terdorong untuk belajar dalam mata kuliah Perilaku Konsumen ini (85.7% menyatakan setuju).

Mayoritas mahasiswa menyatakan semangat belajar mereka bertambah dengan penggunaan media cetak dalam mata kuliah Perilaku Konsumen (76.2% setuju dan 23.8% sangat setuju).

Para responden sebagian besar menyatakan bahwa ketertarikan mereka bertambah dalam mata kuliah Perilaku Konsumen dengan penggunaan media cetak (76.2% setuju).

Semua mahasiswa (100%) menyatakan bahwa mereka puas mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen dan mereka juga menyatakan kepuasan mereka bertambah dalam mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen dengan penggunaan media cetak (90.5% setuju dan 9.5% sangat setuju).

Tabel 4.2
 Hasil Jawaban Responden Terhadap Motivasi Belajar

No.	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Pasti	Setuju	Sangat Setuju
1.	Saya mempunyai minat yang besar dalam mempelajari perilaku konsumen	0	0	0	76.2%	23.8%
2.	Menggunakan media cetak menambah minat saya pada mata kuliah Perilaku Konsumen	0	0	0	66.7%	33.3%
3.	Dorongan belajar saya datang dari dalam diri saya sendiri	0	0	9.5%	71.4%	19%
4.	Penggunaan media cetak dalam mata kuliah Perilaku Konsumen membuat saya terdorong dalam belajar	0	0	4.8%	85.7%	9.5%
5.	Saya mempunyai semangat belajar yang tinggi	0	0	4.8%	85.7%	9.5%
6.	Semangat belajar saya bertambah dengan penggunaan media cetak dalam mata kuliah Perilaku Konsumen	0	0	0	76.2%	23.8%
7.	Saya tertarik mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen	0	0	0	71.4%	28.6%
8.	Ketertarikan saya bertambah dalam mata kuliah Perilaku Konsumen dengan penggunaan media cetak	0	0	4.8%	76.2%	19%
9.	Saya puas mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen	0	0	0	76.2%	23.8%
10.	Kepuasan saya bertambah dalam mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen dengan penggunaan media cetak	0	0	0	90.5%	9.5%



4.3 Regresi Sederhana

Untuk melihat pengaruh media cetak terhadap motivasi belajar mahasiswa menggunakan regresi sederhana. Model regresi sederhana antara variabel media cetak (X) terhadap motivasi belajar (Y) adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Berdasarkan hasil analisa regresi yang dilakukan, diperoleh persamaan berikut :

$$Y = 21.678 + 0.491X$$

Konstanta sebesar 21.678 menyatakan bahwa jika tidak ada media cetak maka motivasi belajar adalah 21.678.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa media cetak berpengaruh terhadap motivasi belajar mahasiswa.

Untuk menghitung besarnya pengaruh media cetak terhadap motivasi belajar digunakan angka R square. Adapun hasil analisa regresi untuk angka R Square adalah 0.551 (tabel 4.5) yang disebut koefisien determinasi, dalam hal ini berarti 55.1% motivasi belajar dapat dijelaskan oleh variabel media. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain R square berkisar pada angka 0 sampai 1, dengan catatan semakin kecil angka R Square semakin lemah hubungan kedua variabel.

Tabel 4.3
Regresi Sederhana

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742(a)	.551	.527	1.057

a Predictors: (Constant), M

Dari uji Anova atau F test, didapat F hitung adalah 23.277 dengan tingkat signifikansi 0.00). Oleh karena probabilitas (0.000) jauh lebih kecil dari 0.05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi sikap konsumen.

Tabel 4.4
Anova

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.678	4.258		5.091	.000
	M	.491	.102	.742	4.825	.000

4.4 Uji T

Dalam pengambilan keputusan untuk pengujian hipotesa dapat menggunakan probabilitas.

Hi = terdapat pengaruh media cetak terhadap motivasi belajar

Ho= tidak terdapat pengaruh media cetak terhadap motivasi belajar

Pengambilan keputusan :

- Jika probabilitas > 0.05 , maka Ho diterima
- Jika probabilitas < 0.05 , maka Ho ditolak

Terlihat pada kolom sig/significance adalah 0.000 atau probabilitas jauh di bawah 0.05. Maka Ho ditolak atau koefisien regresi signifikan atau media cetak benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi belajar.

Tabel 4.5
Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.678	4.258		5.091	.000
	M	.491	.102	.742	4.825	.000

BAB V

PEMBAHASAN

Media cetak yang digunakan dalam mata kuliah Perilaku Konsumen ini yaitu dengan menggunakan majalah *Marketing*, jurnal, iklan dalam majalah atau koran.

Penggunaan media cetak dalam pembelajaran mata kuliah Perilaku Konsumen membuat mata kuliah ini menjadi lebih menarik bagi mahasiswa sehingga membuat mahasiswa semakin tertarik dalam mempelajari mata kuliah ini.

Manfaat penggunaan media cetak dalam mata kuliah Perilaku Konsumen sangat terasa bagi mahasiswa dalam menambah pengetahuan mereka tentang perilaku konsumen.

Pada mata kuliah Perilaku Konsumen sebagian besar mahasiswa mendapat nilai yang bagus untuk nilai tugas (lampiran daftar nilai tugas). Mereka juga sangat antusias pada saat diskusi di dalam kelas respon (tanya jawab, tanggapan) dari peserta kelas pada saat kelompok yang bertugas presentasi di depan kelas.

Para mahasiswa menyatakan bahwa mereka tertarik mempelajari perilaku konsumen dengan menggunakan media cetak pada pembelajaran mata kuliah ini.

Mayoritas responden juga merasa puas dalam mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen dengan penggunaan media cetak.

Pada mata kuliah Perilaku Konsumen sebagian besar mahasiswa mendapat nilai yang bagus untuk nilai tugas (lampiran daftar nilai tugas). Mereka juga sangat antusias pada saat diskusi di dalam kelas respon (tanya jawab, tanggapan) dari peserta kelas pada saat kelompok yang bertugas presentasi di depan kelas.

Motivasi belajar mahasiswa juga dapat diukur dari nilai ujian formatif mahasiswa dimana mereka tidak ada yang mendapat nilai E (lampiran dalam DPNA) dan hanya 4 orang mendapat nilai C. Hal ini tentunya membuktikan bahwa para mahasiswa mempunyai minat dan semangat belajar yang tinggi dalam mempelajari mata kuliah ini.

Mahasiswa juga mempunyai disiplin yang tinggi pada saat mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan tingginya persentase kehadiran mereka yaitu dengan rata-rata persentase 96% (lampiran dalam daftar hadir perkuliahan). Mereka juga selalu hadir tepat waktu dan tertib pada saat mempelajari mata

kuliah Perilaku Konsumen ini. Hal ini menunjukkan bahwa para mahasiswa mempunyai motivasi belajar yang tinggi dalam mempelajari mata kuliah ini. Hasil analisa regresi juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh media cetak terhadap motivasi belajar mahasiswa. Salah satu fungsi motivasi menurut A.M Sardiman (2005) adalah mendorong manusia untuk berbuat, jadi sebagai penggerak atau motor yang melepaskan energi. Motivasi dalam hal ini merupakan motor penggerak dari setiap kegiatan yang akan dikerjakan.

Pendapat Moekijat (dalam Hasibuan 2003) menyatakan bahwa motivasi adalah “semua penggerak alasan atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu.” Media cetak yang digunakan dalam mata kuliah Perilaku Konsumen ini menjadikan penggerak bagi mahasiswa dalam mempelajari mata kuliah tersebut.

Pernyataan Widodo (dalam Soelasnoko, 2000) yang menyatakan bahwa media cetak memiliki peranan sebagai salah satu fasilitas kegiatan siswa secara fisik dan faktual. Peranan ini mengacu pada sejumlah fungsi yang dimiliki, yaitu fungsi (1) informatif, (2) komunikatif, (3) rekreatif dan (4) kreatif. Pada mata kuliah ini para mahasiswa menjadi lebih kreatif pada saat diskusi di dalam kelas dengan menggunakan media cetak.

Widodo (dalam Soelasnoko, 2000) menyatakan bahwa media cetak mempunyai manfaat yaitu (1) peningkatan minat baca, (2) pengembangan cakrawala, (3) sumber acuan informasi keilmuan, (4) pengisi waktu luang serta penyalur hobi dan minat, (5) dokumentasi dan (6) media pengajaran. Penggunaan media cetak ini sangat terasa manfaatnya pada pembelajaran mata kuliah Perilaku Konsumen ini.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

1. Penelitian telah dilakukan pada mahasiswa jurusan manajemen stambuk 2005 konsentrasi Pemasaran pada semester genap tahun ajaran :2007/2008. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 21 orang.
2. Dari hasil pengolahan data primer yang telah dilakukan oleh peneliti diperoleh persamaan regresi $Y = 21.678 + 0.491X$
Hal ini menyatakan bahwa konstanta sebesar 21.678 menyatakan bahwa jika tidak ada media cetak maka motivasi belajar adalah 21.678.
3. Untuk melihat pengaruh media cetak terhadap motivasi belajar menggunakan regresi sederhana. Media cetak berpengaruh positif terhadap motivasi belajar dengan nilai 0.742.
4. Adapun hasil analisa regresi untuk angka R Square adalah 0.551 yang disebut koefisien determinasi, dalam hal ini berarti 55.1% motivasi belajar dapat dijelaskan oleh variabel media cetak. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain.
5. Mahasiswa mempunyai minat dan dorongan belajar yang tinggi dalam mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen ini.
6. Para mahasiswa juga merasakan manfaat yang besar dengan menggunakan media cetak dalam menambah pengetahuan mereka tentang mata kuliah Perilaku Konsumen.
7. Pada mata kuliah Perilaku Konsumen sebagian besar mahasiswa mendapat nilai yang bagus untuk nilai tugas. Mereka juga sangat antusias pada saat diskusi di dalam kelas respon (tanya jawab, tanggapan) dari peserta kelas pada saat kelompok yang bertugas presentasi di depan kelas.

6.2 Saran

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media cetak mempunyai pengaruh terhadap motivasi belajar mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa selanjutnya lah para tenaga pengajar menggunakan media yang menarik untuk menambah motivasi belajar mahasiswa.
2. Agar supaya meningkatkan kreativitas mahasiswa selanjutnya lah para tenaga pengajar menggunakan metode yang dapat merangsang kreativitas mahasiswa dalam berpikir.
3. Bagi para peneliti lain dapat menggunakan media lain untuk meningkatkan motivasi belajar agar menambah minat dan dorongan para mahasiswa dalam belajar.



DAFTAR PUSTAKA

- A.M Sardiman 2005. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Depdiknas. 2004. *Kurikulum Standar Kompetensi SMA*. Jakarta : Diknas
- Ernie Tisnawaty, 2004. *Pengantar Manajemen*. Edisi 1. Jakarta: Kencana
- Hasibuan Malayu S.P. 2003. *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Edisi revisi Cetak ke-2. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Keraf A. Sony. 1998. *Etika Bisnis : Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta : Kanisius
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian (Edisi kesembilan terjemahan)*. Jakarta : Salemba Empat
- Loudon, D. 1993. *Consumer Behavior: Concepts and Applications*. Chicago : McGraw-Hill
- Malik DD dan Y Iriantara. 1994. *Komunikasi Persuasif*. Bandung : Remaja Rosda Karya
- Minor, M. Mowen, John. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Jakarta : Salemba Empat
- Mulyasa, E, 2005, *Implementasi Kurikulum 2004*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Nurhadi, 2002, *Pendekatan Kontekstual*, Universitas Negeri Malang, Malang
- Sardiman. 2005. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen*. Cetakan Peratma. Jakarta : Prenada Media
- Schiffman, G.L. 2000. *Consumer Behavior*. New York : Prentice Hall
- Sukmadinata, 1998, *Pengembangan Kurikulum*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Swastha Basu. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPPE Yogyakarta
- Umar, Husein. 1999. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Wahyuni, Sri. 2007. *Pengaruh Terpaan Iklan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Lingkungan V Kelurahan Dwikora Kecamatan Medan Helvetia*. Skripsi. FE, Universitas Negeri Medan



Kepada : Yts. Mahasiswa Para Responden,

Saya salah seorang tenaga pengajar pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan memohon kepada para mahasiswa agar bersedia mengisi angket ini. Tujuan pengisian angket ini hanya sebagai data penelitian mengenai Pengaruh Media Cetak Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa dalam mata kuliah Perilaku Konsumen. Hasil penelitian ini nantinya akan bermanfaat bagi pengajaran kepada para mahasiswa. Sebelumnya saya ucapkan terima kasih atas kesediaan para mahasiswa mengisi angket ini.

BAGIAN A : DATA DIRI RESPONDEN

Beri tanda (√) informasi yang sesuai dengan diri anda :
Nomor responden : (kosongan)

Jenis kelamin : () lelaki () perempuan

BAGIAN B : MEDIA CETAK

Pernyataan di bawah ini berkaitan dengan sikap anda terhadap media cetak yang telah digunakan pada mata kuliah Perilaku Konsumen.
Anda diminta membulatkan satu jawaban saja yang anda anggap paling sesuai, jawaban dipilih berdasarkan skala.

No.	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Pasti	Setuju	Sangat Setuju
1.	Penggunaan media cetak dalam mata kuliah Perilaku Konsumen membuat mata kuliah ini menjadi menarik	1	2	3	4	5
2.	Media cetak yang digunakan dalam mata kuliah Perilaku Konsumen menarik	1	2	3	4	5
3.	Media cetak yang digunakan dalam mata kuliah Perilaku Konsumen bermanfaat bagi mahasiswa yang mempelajari Perilaku Konsumen	1	2	3	4	5
4.	Manfaat media cetak dalam mata kuliah Perilaku Konsumen sangat besar bagi mahasiswa dalam mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen	1	2	3	4	5
5.	Penggunaan media cetak meningkatkan ketertarikan saya dalam mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen	1	2	3	4	5

No.	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Pasti	Setuju	Sangat Setuju
6.	Ketertarikan mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen ada hubungannya dengan penggunaan media cetak yang digunakan	1	2	3	4	5
7.	Waktu penyajian pada saat penggunaan media cetak sesuai dengan batas waktu yang ditentukan	1	2	3	4	5
8.	Penyajian menggunakan media cetak tidak berlebihan	1	2	3	4	5
9.	Penggunaan media cetak dalam mata kuliah Perilaku Konsumen menambah pengetahuan tentang perilaku konsumen	1	2	3	4	5
10.	Pengetahuan mahasiswa meningkat dengan penggunaan media cetak dalam mempelajari perilaku konsumen	1	2	3	4	5

BAGIAN C : MOTIVASI BELAJAR

Pernyataan di bawah ini berkaitan dengan motivasi belajar siswa.

Anda diminta membulatkan satu jawaban saja yang anda anggap paling sesuai, jawaban dipilih berdasarkan skala.

No.	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Pasti	Setuju	Sangat Setuju
1.	Saya mempunyai minat yang besar dalam mempelajari perilaku konsumen	1	2	3	4	5
2.	Menggunakan media cetak menambah minat saya pada mata kuliah Perilaku Konsumen	1	2	3	4	5
3.	Dorongan belajar saya datang dari dalam diri saya sendiri	1	2	3	4	5
4.	Penggunaan media cetak dalam mata kuliah Perilaku Konsumen membuat saya terdorong dalam belajar	1	2	3	4	5
5.	Saya mempunyai semangat belajar yang tinggi	1	2	3	4	5

No.	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Pasti	Setuju	Sangat Setuju
6.	Semangat belajar saya bertambah dengan penggunaan media cetak dalam mata kuliah Perilaku Konsumen	1	2	3	4	5
7.	Saya tertarik mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen	1	2	3	4	5
8.	Ketertarikan saya bertambah dalam mata kuliah Perilaku Konsumen dengan penggunaan media cetak	1	2	3	4	5
9.	Saya puas mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen	1	2	3	4	5
10.	Kepuasan saya bertambah dalam mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen dengan penggunaan media cetak	1	2	3	4	5

Terima Kasih,
Fauzia Agustini, SE, MBA
 NIP.132303016



Frequency Table

JENDER

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	lelaki	10	47.6	47.6	47.6
	perempuan	11	52.4	52.4	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Media Cetak1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pasti	1	4.8	4.8	4.8
	setuju	20	95.2	95.2	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Media Cetak2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pasti	4	19.0	19.0	19.0
	setuju	11	52.4	52.4	71.4
	sangat setuju	6	28.6	28.6	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Media Cetak3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	7	33.3	33.3	33.3
	sangat setuju	14	66.7	66.7	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Media Cetak4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	13	61.9	61.9	61.9
	sangat setuju	8	38.1	38.1	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Media Cetak5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pasti	2	9.5	9.5	9.5
	setuju	16	76.2	76.2	85.7
	sangat setuju	3	14.3	14.3	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Media Cetak6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pasti	1	4.8	4.8	4.8
	setuju	20	95.2	95.2	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Media Cetak7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pasti	4	19.0	19.0	19.0
	setuju	10	47.6	47.6	66.7
	sangat setuju	7	33.3	33.3	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Media Cetak8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	17	81.0	81.0	81.0
	sangat setuju	4	19.0	19.0	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Media Cetak9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	11	52.4	52.4	52.4
	sangat setuju	10	47.6	47.6	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Media Cetak10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	15	71.4	71.4	71.4
	sangat setuju	6	28.6	28.6	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Motivasi1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	16	76.2	76.2	76.2
	sangat setuju	5	23.8	23.8	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Motivasi2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	14	66.7	66.7	66.7
	sangat setuju	7	33.3	33.3	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Motivasi3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pasti	2	9.5	9.5	9.5
	setuju	15	71.4	71.4	81.0
	sangat setuju	4	19.0	19.0	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Motivasi4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pasti	1	4.8	4.8	4.8
	setuju	18	85.7	85.7	90.5
	sangat setuju	2	9.5	9.5	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Motivasi5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pasti	1	4.8	4.8	4.8
	setuju	18	85.7	85.7	90.5
	sangat setuju	2	9.5	9.5	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Motivasi6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	16	76.2	76.2	76.2
	sangat setuju	5	23.8	23.8	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Motivasi7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	15	71.4	71.4	71.4
	sangat setuju	6	28.6	28.6	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Motivasi8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pasti	1	4.8	4.8	4.8
	setuju	16	76.2	76.2	81.0
	sangat setuju	4	19.0	19.0	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Motivasi9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	16	76.2	76.2	76.2
	sangat setuju	5	23.8	23.8	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Motivasi10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	19	90,5	90,5	90,5
	sangat setuju	2	9,5	9,5	100,0
	Total	21	100,0	100,0	



T-Test

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
MediaCetak	21	42.19	1.537	.335
Motivasi	21	41.76	2.322	.507

One-Sample Test

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
					Test Value = 0	
Media Cetak	125.804	20	.000	42.19	41.49	42.89
Motivasi	82.428	20	.000	41.76	40.71	42.82

Correlations

Correlations

		MC	M
Media Cetak	Pearson Correlation	1	.742(**)
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	21	21
Motivasi	Pearson Correlation	.742(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	21	21

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Regression

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	M(a)		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: MC

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742(a)	.551	.527	1.057

a Predictors: (Constant), M

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.008	1	26.008	23.277	.000(a)
	Residual	21.230	19	1.117		
	Total	47.238	20			

a. Predictors: (Constant), M
 b. Dependent Variable: MC

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.678	4.258		5.091	.000
	M	.491	.102	.742	4.825	.000

a. Dependent Variable: MC

Fakultas : EKONOMI
 Jurusan : MANAJEMEN
 P.Studi : MANAJEMEN

*** DAFTAR PESERTA DAN NILAI AKHIR ***
 Semester Genap 2007/2008

Matakuliah : MJM4145 - PERILAKU KONSUMEN
 Dosen : 414132 - FAUZIA AGUSTINI, S.E.,M.BA.
 Peserta : 21 Orang

Sks : 3
 Kelas : A
 Halaman : 1

NO	N I M	NAMA MAHASISWA	NF1	NF2	NF3	NF4	NILAI MT.KULIAH		T
							ANGKA	HURUF	
1	05410139	FRASILIA SARAGIH	77	85	75	85	81	A-B-C-E	19
2	05410148	WINA DONDA C SILABAN	60	75	58	85	70	A-B-C-E	19
3	05410155	RADEN ALDRI KURNIA	80	80	80	80	80	A-B-C-E	19
4	05410158	T RUDI ARIANSYAH	83	78	80	80	80	A-B-C-E	19
5	05410161	IRMA WATI BR P	90	90	90	90	90	A-B-C-E	19
6	05410181	KHANIFAN	85	80	85	80	83	A-B-C-E	19
7	05410183	DEBORA H S A SPYG	70	78	85	85	80	A-B-C-E	19
8	05410187	ULFARIZA RA	77	78	78	85	80	A-B-C-E	19
9	05410188	ADELINA LUBIS	76	76	76	90	80	A-B-C-E	19
10	05410189	ARI SUWITO	78	78	77	85	80	A-B-C-E	19
11	05410190	LISNA YANTI MARPAUNG	77	78	78	85	80	A-B-C-E	19
12	05410192	SABAR SINAGA	75	78	75	95	81	A-B-C-E	19
13	05410194	ESTERINA BR S	83	88	80	80	83	A-B-C-E	19
14	05410198	NARDY AGUST R S	70	68	60	80	70	A-B-C-E	19
15	05410207	SEPTIAN S JUMANGKIR	75	88	70	85	80	A-B-C-E	19
16	05410209	M RENDY SETIAWAN	69	67	68	75	70	A-B-C-E	19
17	05410220	TIRTA MAYA S V S	90	90	95	95	93	A-B-C-E	19
18	05410221	YUDHA THIMOTEUS	87	93	88	90	90	A-B-C-E	19
19	05410222	LOISE D	82	65	95	80	81	A-B-C-E	19
20	05410224	INDAH ANDRIANI S	74	77	77	90	80	A-B-C-E	19

Pengisian data nilai sesuai dengan ketentuan dalam
 SK Rektor No.175/J39.Kep/PP/2005

NILAI MATAKULIAH (NMK)	JUMLAH
Rentang : Huruf	ORANG
90 - 100 : A : Sangat Kompeten
80 - 89 : B : Kompeten
70 - 79 : C : Cukup Kompeten
0 - 69 : E : Tidak Kompeten

Medan 19/06/08

Dosen Matakuliah

FAUZIA AGUSTINI, S.E.,M
 NIP. 152303014

ANGKA = (NF1+NF2+NF3+NF4)/4

Fakultas : EKONOMI
 Jurusan : MANAJEMEN
 P.Studi : MANAJEMEN

***** DAFTAR PESERTA DAN NILAI AKHIR *****
 Semester Genap 2007/2008

Matakuliah : MJM4145 - PERILAKU KONSUMEN
 Dosen : 414132 - FAUZIA AGUSTINI, S.E.,M.PA.
 Peserta : 21 Orang

Sks : 3
 Kelas : A
 Halaman : 2

NO	N I M	NAMA MAHASISWA	NILAI MT. KULIAH				ANGKA	HURUF
			NF1	NF2	NF3	NF4		
21	05410225	ABRAM SGH	169	169	160	180	70	A-B <u>C</u> E

Pengisian data nilai sesuai dengan ketentuan dalam
 SK Rektor No.175/J39.Kep/PP/2005

NILAI MATAKULIAH (NMK)		JUMLAH ORANG
Rentang	Huruf	
90 - 100	A : Sangat Kompeten	3
80 - 89	B : Kompeten	14
70 - 79	C : Cukup Kompeten	4
0 - 69	E : Tidak Kompeten	0

Medan, 19/06/08

Dosen Matakuliah

FAUZIA AGUSTINI, S.E.,M
 NIP. 172303016

ANGKA = (NF1+NF2+NF3+NF4)/4
 Puska : AAM/28-05-2008



DAFTAR NILAI TUGAS MAHASISWA

Mata Kuliah : Perilaku Konsumen
 Jurusan : Manajemen
 Sem./Kelas : VI / Pemasaran
 Hari : Selasa

Kel.	Judul	Nama	Nilai	Uraian	Bertanya / Tanggapan / Saran
I	Mesin Cuci LG Dji Sam Soe Sikap Konsumen The RFC	1. Khanifan	80	I II III A A B+	VVVVV VVVVV
		2. Ari Suwito	85	A B	VVVVVV
		3. T. Rudi Ariantjah	80	B	VVVVVV
		4. Imawati	85	C B	VVVVV
		5. Debora Siparung	85	C B	VVVVV
II	Antangin Olympic Gaya hidup Konsumen	1. Yudha Thimoteas	90	A A A	VVVVV
		2. Tirta Maya	95	A A B	VVVVV
		3. Wina Silaban	85	B	VVVVV
		4. Adeline Lbs	90	A A	VVVVV
		5. Nardi Agus	80	C C	VVVVV
III	Komix Tepung Terigu Segitiga Biru Sikap Konsumen The Rawit Net	1. Esterina S	80	B	VVVVV
		2. Indah Andriani	90	A B B	VVVVV
		3. Lissa Yanti	85	B B	VVVVV
		4. Loise Damarik	80	C B	VVVVV
		5. M. Rendy	75	C C	VVVVV

DAFTAR NILAI TUGAS MAHASISWA

Mata Kuliah : Perilaku Konsumen
 Jurusan : Manajemen
 Sem./Kelas : VI / Pemasaran
 Hari / Waktu : Selasa

Mata Kuliah	Jurusan	Sem./Kelas	Hari / Waktu	Judul	Nama	Nilai	Rortanya / Tanggapan / Saran
IV	Manajemen	VI	Selasa	Badrex	1. Sabar Sinagga	95	✓ ✓ ✓ ✓ ✓
				Toto Closet	2. Raden Aldri	80	✓ ✓ ✓
				Gaya hidup konsumen	3. Septianus Jumangkir	85	✓ ✓ ✓
					4. Abram Saragih	80	✓ ✓ ✓
					5. Prasilia Saragih	85	✓ ✓ ✓
					6. Ulfa Riza	85	✓ ✓ ✓

NO	NIM	Nama Mahasiswa	Pertemuan															Jml. tdk hadir	Jml. hadir	% hadir				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15				16	17	18	
21	05410225	Abram Saragih	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	16	94	
22																								
23																								
24																								
25																								
																								96%

Ketua Jurusan.

Drs. Saidun Hutashutur, M. Si
NIP. 132049021



Pertemuan	Rencana Materi Dalam GBPP/SAP	Pertemuan ke- & tanggal	Realisasi Materi Yang diajarkan	Tanda Tangan Komisaris	Tanda Tangan Dosen	Tingkat Ketercapaian Materi (%)
10	- Bidang Aplikasi Manajemen - Pengetahuan Produk & Keterlibatan	10/22/4/'08	- Bidang Aplikasi Manajemen - Pengetahuan Produk & keterlibatan			
11	- Keperluan dan syarat dari Gaya hidup.	06/05'08	Keperluan, Syarat dan Gaya Hidup			
12	Ujian Formatif III	13/05'08	Ujian Formatif III			
13	Pembelajaran Perilaku	08/22'05'08	Pembelajaran Perilaku			
14	Komunikasi Persuasif	14/27/05/'08	Komunikasi Persuasif			
15	Presentasi tugas → Gaya Hidup	15/29/05/'08	Presentasi tugas → Gaya Hidup			
16	Pertama konsumen dan strategi produk. Presentasi tugas → Sikap konsumen	16/03/06/'08	Perilaku konsumen & Strategi Produk Presentasi tugas → Sikap konsumen			
17	Ujian Formatif III	17/19/06/'08	Ujian Formatif III			
18						

Ketua Jurusan,



UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
 *** DAFTAR HADIR PESERTA KULIAH ***
 Semester Genap 2007/2008

Matakuliah : MANAJEMEN / PERILAKU KONSUMEN / 3 SKS / Kelas A
 Dosen : ANITA SARI / FANIZIA AGUSTINI, S.E., M.P.A.
 Peserta : 21 Orang

Tugas : EKONOMI
 dan : MANAJEMEN
 udi : MANAJEMEN

N I M	NAMA MAHASISWA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
05410139	PRASILIA SABAGIH	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410148	WINA DONOR C SILIBAN	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410155	RAEN ALDRI KURNIA	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410158	T RUDI ARTANSYAH	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410161	IRMA WATI BR P	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410181	KHATIFAN	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410183	DEKORA H S A SPYB	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410187	LEFARIZIA RA	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410188	ROSELINA LUBIS	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410189	ARI SUMITO	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410190	LISMA YANTI HAPPHANG	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410192	SABAR SINAGA	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410194	ESTERINA BR S	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410198	HARDY AGUST R S	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410207	SEPTIAN S JUMANSKIR	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410209	M RENDY SETIawan	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410220	TIRTA MAYA S V S	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410221	YUDHA THIMOTEUS	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410222	LOISE D	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410224	INDAH ANRIANI S	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05410225	ARHAM SGM	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

PRIN-DOSEN

ada mahasiswa yang tidak tercantum dalam daftar di atas, dinyatakan tidak berhak mengikuti perkuliahan. Untuk selanjutnya harap mengecek ulang KRS yang sudah daftar di Pusat Komputer sebelum UTS.

Ketua Kelas / Komisaris, Dosen Makuliah,

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
(STATE UNIVERSITY OF MEDAN)
LEMBAGA PENELITIAN
(RESEARCH INSTITUTE)

Jl. W. Iskandar Psr. V-kotak Pos No.1589 – Medan 20221 Telp. (061) 6636757, 6614002, 6613319,
e-mail: penelitian.unimed@gmail.com; penelitian_unimed@yahoo.com

SURAT PERJANJIAN KERJA
No. 170/H33.8/KEP/PL/2008

Pada hari ini Senin tanggal empat belas bulan April tahun dua ribu delapan, kami yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Dr. Ridwan A. Sani, M.Si :Ketua Lembaga Penelitian Universitas Negeri Medan, dan atas nama Rektor Unimed, dan dalam perjanjian ini disebut PIHAK PERTAMA.
2. Dina Sarah Syahriza, SE, M.Si :Dosen FMIPA bertindak sebagai Peneliti/Ketua pelaksana penelitian, selanjutnya disebut PIHAK KEDUA.

Kedua belah pihak secara bersama-sama telah sepakat mengadakan Surat Perjanjian Kerja (SPK) untuk melakukan penelitian sebagai berikut :

Pasal 1

Berdasarkan SK Rektor tanggal 29 April 2008 Nomor : 0132A/H33.11/KU/2008 dan SPMK Pejabat Komitmen 5584 Unimed, tanggal 29 April 2008 Nomor : 037A/H33.11/KU/2008, PIHAK PERTAMA memberi tugas kepada PIHAK KEDUA dan PIHAK KEDUA menerima tugas tersebut untuk melaksanakan/mengkoordinasi pelaksanaan penelitian Dana Rutin, berjudul :

"Penggunaan Media Cetak Dalam Mata Kuliah Perilaku Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi Unimed"

Yang berada di bawah tanggung jawab yang diketahui oleh : PIHAK KEDUA dengan insana kerja 6 (enam) bulan, terhitung sejak SPK ini ditanda tangani.

Pasal 2

1. PIHAK PERTAMA memberikan dana penelitian tersebut pada pasal 1 sebesar Rp. 3.000.000,- (Tiga juta rupiah) yang diberikan secara bertahap.
2. Tahap pertama sebesar 70% yaitu Rp. 2.100.000,- (Dua juta seratus ribu rupiah) dibayarkan sewaktu Surat Perjanjian Kerja ini ditandatangani oleh kedua belah pihak.
3. Tahap kedua sebesar 30% yaitu Rp. 900.000,- (Sembilan ratus ribu rupiah) dibayarkan setelah PIHAK KEDUA menyerahkan laporan hasil penelitian kepada PIHAK PERTAMA.

Pasal 3

1. PIHAK KEDUA mengajukan/menyerahkan rincian anggaran biaya (RAB) pelaksanaan penelitian sesuai dengan besarnya dana penelitian yang telah disetujui oleh Rektor Unimed dan pengalokasian dana mengikuti peraturan yang berlaku.
2. Semua kewajiban yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan dan aset Negara termasuk kewajiban memungut dan menyetorkan pajak dibebankan kepada PIHAK KEDUA.

- Pasal 4
1. PIHAK KEDUA harus menyelesaikan penelitian serta menyerahkan sebanyak 8 (delapan) eksemplar laporan hasil penelitian Dana rutin kepada PIHAK PERTAMA sebagaimana yang dimaksud dalam pasal 1 (selambat-lambatnya 17 Oktober 2008) dan 2 (dua) buah naskah artikel ilmiah hasil penelitian dalam bentuk "Hard Copy" disertai dengan file (*Soft copy*) dalam 1 (satu) buah *Compact Disk* (CD).
 2. Sebelum laporan akhir penelitian diselesaikan, PIHAK KEDUA melakukan diseminasi hasil penelitiannya melalui forum yang dikoordinasikan oleh Lembaga Penelitian UNIMED yang pembiayaannya dibebankan kepada PIHAK KEDUA.
 3. Bahan Seminar dimaksudkan pada ayat (2) disampaikan ke Lembaga Penelitian Unimed sebanyak 5 (lima) eksemplar, diketik satu setengah spasi ukuran kuarto, disertai file elektronik dalam format MICROSOFT WORD.
 4. Bukti Pengeluaran keuangan menjadi arsip pada PIHAK KEDUA atau PIHAK LAIN yang berkepentingan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

- Pasal 5
1. PIHAK KEDUA harus mengirim laporan penelitian dimaksud dalam pasal 3.1 kepada :
 - 1.1. PIHAK KEDUA menyerahkan laporan kepada pihak pertama sebanyak 8 eksemplar
 - 1.2. PIHAK KEDUA memberikan hasil laporan kepada anggota-anggota peneliti.
 - 1.3. PIHAK PERTAMA menyerahkan laporan kepada pejabat pembuat Komitmen 5584 sebanyak 3 eksemplar.
 - 1.4. PIHAK PERTAMA menyerahkan laporan kepada Dekan Fakultas 2 eksemplar.
 - 1.5. PIHAK PERTAMA menyerahkan laporan kepada perpustakaan Unimed sebanyak 2 eksemplar.
 - 1.6. PIHAK PERTAMA mengarsipkan laporan sebanyak 1 eksemplar.

- Pasal 6
- Laporan hasil penelitian yang tersebut dalam pasal 3 harus memenuhi ketentuan sbb:
- a. Bentuk kuarto
 - b. Warna kulit biru tua
 - c. Sampul kertas jeruk
 - d. Dibagian bawah kulit depan ditulis dibiayai dengan dana Dana Rutin Unimed sesuai dengan kontrak kerja Nomor : No. 170 /H33.8/KEP/PL/2008 tanggal 14 April 2008.

Pasal 7

Keterlambatan PIHAK KEDUA dalam menyelesaikan penelitian ini dikenakan denda 1% perhari, dengan maksimum denda 5% dari kontrak, denda tersebut diserahkan kepada PIHAK PERTAMA.

Pasal 8

Hak cipta penelitian tersebut pada PIHAK KEDUA, sedangkan untuk penggandaan dan penyebaran laporan hasil penelitian berada dalam PIHAK PERTAMA.

Pasal 9


Surat perjanjian kerja ini dibuat rangkap 5 (lima) satu rangkap untuk PIHAK PERTAMA satu rangkap untuk PIHAK KEDUA, dan selainya bagi pihak yang berkepentingan untuk diketahui. Hal-hal yang belum diatur dalam surat perjanjian kerja ini akan ditentukan kemudian oleh kedua belah pihak.

PIHAK PERTAMA



Dr. Ridwan A. Sani, M.Si
NIP. 131772614

PIHAK KEDUA



Dina Sarah Syahreza, SE, M.Si
NIP. 132319784