

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Pada akhir dekade 1950, beberapa tokoh masyarakat Muslim Jawa Timur mengajukan gagasan untuk mendirikan perguruan tinggi agama Islam yang bernaung di bawah Departemen Agama. Untuk mewujudkan gagasan tersebut, mereka menyelenggarakan pertemuan di Jombang pada tahun 1961. Dalam pertemuan itu, Profesor Soenarjo, Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, hadir sebagai narasumber untuk menyampaikan pokok-pokok pikiran yang diperlukan sebagai landasan berdirinya Perguruan Tinggi Aagama Islam dimaksud. Dalam sesi akhir pertemuan bersejarah tersebut, forum mengesahkan beberapa keputusan penting yaitu: (1) Membentuk Panitia Pendirian IAIN, (2) Mendirikan Fakultas Syariah di Surabaya, dan (3) Mendirikan Fakultas Tarbiyah di Malang. Selanjutnya, pada tanggal 9 Oktober 1961, dibentuk Yayasan Badan Wakaf Kesejahteraan Fakultas Syariah dan Fakultas Tarbiyah yang menyusun rencana kerja sebagai berikut :

- a. Mengadakan persiapan pendirian IAIN Sunan Ampel yang terdiri dari Fakultas Syariah di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah di Malang.
 - b. Menyediakan tanah untuk pembangunan Kampus IAIN seluas 8 (delapan) Hektar yang terletak di Jalan A. Yani No. 117 Surabaya.

- c. Menyediakan rumah dinas bagi para Guru Besar.

Pada tanggal 28 Oktober 1961, Menteri Agama menerbitkan SK No. 17/1961, untuk mengesahkan pendirian Fakultas Syariah di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah di Malang. Kemudian pada tanggal 01 Oktober 1964, Fakultas Ushuluddin di Kediri diresmikan berdasarkan SK Menteri Agama No. 66/1964.

Berawal dari 3 (tiga) fakultas tersebut, Menteri Agama memandang perlu untuk menerbitkan SK Nomor 20/1965 tentang Pendirian IAIN Sunan Ampel yang berkedudukan di Surabaya, seperti dijelaskan di atas. Sejarah mencatat bahwa tanpa membutuhkan waktu yang panjang, IAIN Sunan Ampel ternyata mampu berkembang dengan pesat. Dalam rentang waktu antara 1966-1970, IAIN Sunan Ampel telah memiliki 18 (delapan belas) fakultas yang tersebar di 3 (tiga) propinsi: Jawa Timur, Kalimantan Timur dan Nusa Tenggara Barat.

Namun, ketika akreditasi fakultas di lingkungan IAIN diterapkan, 5 (lima) dari 18 (delapan belas) fakultas tersebut ditutup untuk digabungkan ke fakultas lain yang terakreditasi dan berdekatan lokasinya. Selanjutnya dengan adanya peraturan pemerintah nomor 33 tahun 1985, Fakultas Tarbiyah Samarinda dilepas dan diserahkan pengelolaannya ke IAIN Antasari Banjarmasin. Disamping itu, fakultas Tarbiyah Bojonegoro dipindahkan ke Surabaya dan statusnya berubah menjadi fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel di Surabaya. Dalam pertumbuhan selanjutnya, IAIN Sunan Ampel memiliki 12 (dua belas)

fakultas yang tersebar di seluruh Jawa Timur dan 1 (satu) fakultas di Mataram, Lombok, Nusa Tenggara Barat.

Sejak pertengahan 1997, melalui Keputusan Presiden No. 11 Tahun 1997, seluruh fakultas yang berada di bawah naungan IAIN Sunan Ampel yang berada di luar Surabaya lepas dari IAIN Sunan Ampel dan menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) yang otonom. IAIN Sunan Ampel sejak saat itu pula terkonsentrasi hanya pada 5 (lima) fakultas yang semuanya berlokasi di kampus Jl. A. Yani 117 Surabaya.

Pada 28 Desember 2009, IAIN Sunan Ampel Surabaya melalui Keputusan Menkeu No. 511/KMK.05/2009 resmi berstatus sebagai Badan Layanan Umum (BLU). Dalam dokumen yang ditandatangani pada tanggal 28 Desember 2009 itu IAINSA Surabaya diberi kewenangan untuk menjalankan fleksibilitas pengelolaan keuangan sesuai dengan PP Nomor 23 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum (PK-BLU).

Terhitung mulai tanggal 1 oktober 2013, IAIN Sunan Ampel berubah menjadi UIN Sunan Ampel (UINSA) Surabaya berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 65 Tahun 2013.

Sejak berdiri hingga kini (1965-2015), UIN Sunan Ampel Surabaya sudah dipimpin oleh 8 rektor, yakni:

- a) Prof H. Tengku Ismail Ya'qub, SH, MA (1965-1972)
 - b) Prof KH. Syafii A. Karim (1972-1974)

- c) Drs. Marsekan Fatawi (1975-1987)
 - d) Prof Dr H. Bisri Affandi, MA (1987-1992)
 - e) Drs KH. Abd. Jabbar Adlan (1992-2000)
 - f) Prof Dr HM. Ridlwan Nasir, MA (2000-2008)
 - g) Prof Dr H. Nur Syam, M.Si (2009-2012)
 - h) Prof. Dr. H. Abd. A'la, M.Ag (2013 – sekarang)

2. Visi, Misi dan Tagline

Visi :

"Menjadi Universitas Islam yang unggul dan kompetitif bertaraf internasional"

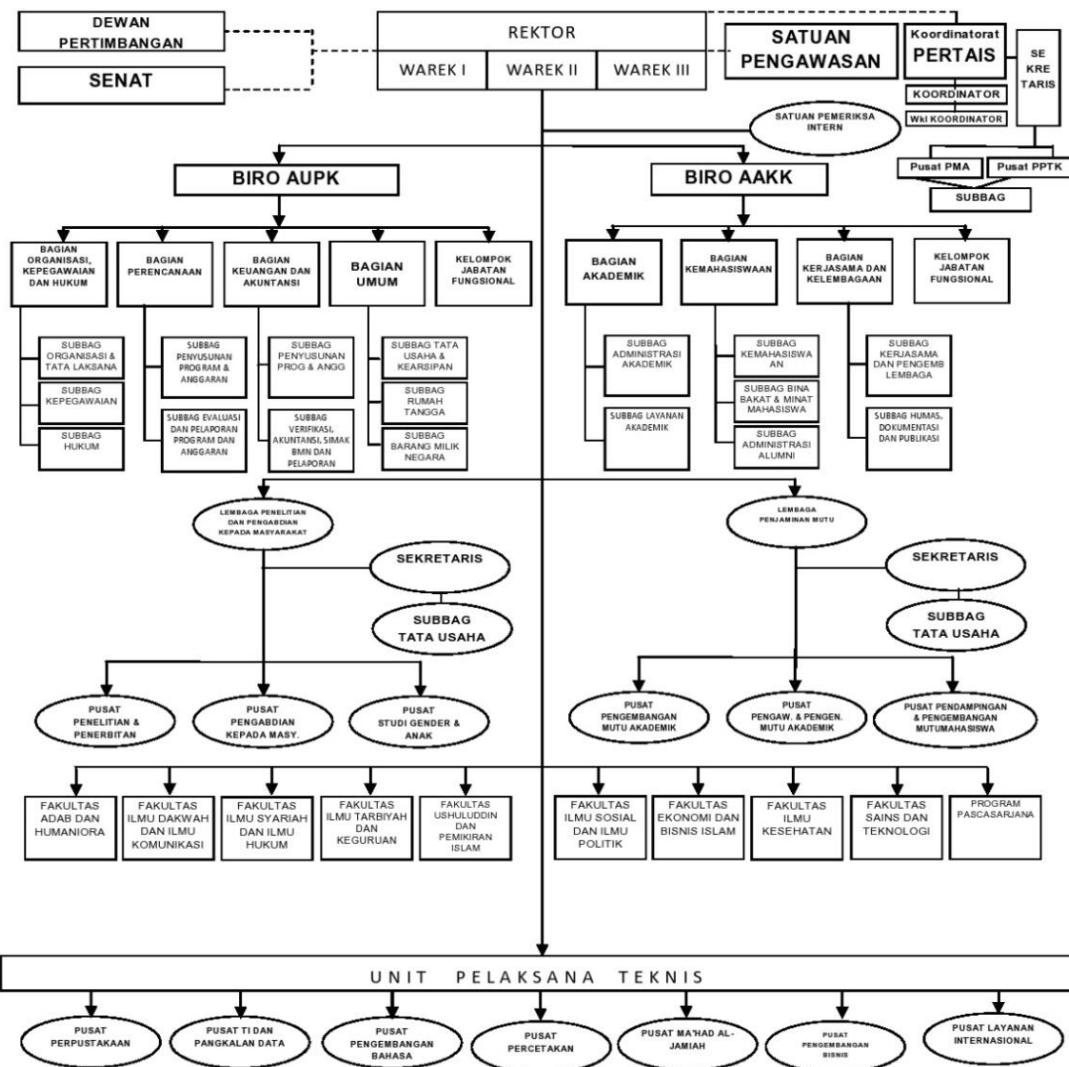
Misi :

- 1) Menyelenggarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman multidisipliner serta sains dan teknologi yang unggul dan berdaya saing.
 - 2) Mengembangkan riset ilmu-ilmu keislaman multidisipliner serta sains dan teknologi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.
 - 3) Mengembangkan pola pemberdayaan masyarakat yang religius berbasis rite

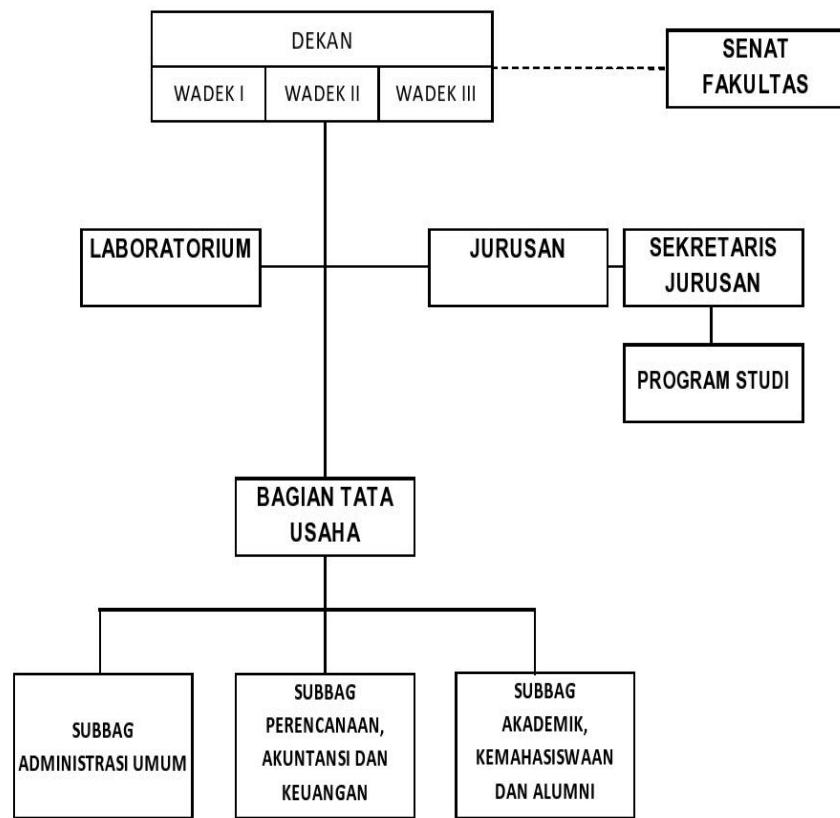
Tagline: Building Character Qualities: for the Smart, Pious, Honorable Nation.

3. Struktur Organisasi dan Tata Kerja

**LAMPIRAN I PERATURAN MENTERI AGAMA REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 8 TAHUN 2014
TENTANG
ORGANISASI DAN TATA KERJA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**



**ORGANISASI DAN TATA KERJA FAKULTAS PADA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**



B. Penyajian Data

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan ciri – ciri responden berdasarkan identitas yang dimiliki masing – masing responden. Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini dilihat dari jenis kelamin, daerah asal, umur dan berapa kali membeli responden. Berikut karakteristik responden yang disajikan dalam tabel frekuensi berikut :

a. Karakteristik Berdasarkan Fakultas

Identitas responden berikut ini disajikan tabel frekuensi berdasarkan fakultas responden :

Tabel 4.1
Klasifikasi Responden (Konsumen) Berdasarkan Fakultas

Fakultas	Frekuensi	presentase
Adab dan humaniora	15	15%
Dakwah dan komunikasi	20	20%
Syariah dan hukum	10	10%
Tarbiyah dan keguruan	10	10%
Ushuluddin dan filsafat	5	5%
Ilmu sosial dan politik	10	10%
Sains dan teknologi	0	0%
Ekonomi dan bisnis islam	15	15%
Psikologi dan kesehatan	15	15%
Jumlah	100	100%

Sumber : Hasil pengumpulan data kuisioner dan diolah penulis

Berdasarkan tabel 4.1, diketahui jumlah responden (konsumen) fakultas adab dan humaniora sebanyak 15 orang (15%), fakultas dakwah dan komunikasi sebanyak 20 orang (20%), fakultas syariah dan hukum sebanyak 10 orang (10%), fakultas tarbiyah dan keguruan sebanyak 10 orang (10%), fakultas ushuluddin dan filsafat sebanyak 5 orang (5%), fakultas ilmu sosial dan ilmu politik sebanyak 10 orang (10%), fakultas sains dan teknologi sebanyak 0 orang (0%), fakultas ekonomi dan bisnis islam sebanyak 15 orang (15%) dan fakultas psikologi dan kesehatan sebanyak 15 orang (15%).

b. Karakteristik Berdasarkan Umur

Identitas responden berikut ini disajikan tabel frekuensi berdasarkan umur responden :

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden (Konsumen) Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Presentase
18-19 tahun	12	12%
20-21 tahun	66	66%
22-23 tahun	11	11%
24-25 tahun	9	9%
26-27 tahun	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber : Hasil pengumpulan data kuisioner dan diolah penulis

Berdasarkan tabel 4.2, diketahui jumlah responden (konsumen) yang berumur 18-19 tahun sebanyak 12 orang (12%), berumur 20-21 tahun sebanyak 66 orang (66%), berumur 22-23 tahun sebanyak 11 orang (11%), berumur 24-25 tahun sebanyak 9 orang (9%) dan berumur 26-27 tahun sebanyak 2 orang (2%).

c. Karakteristik Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan

Identitas responden berikut ini disajikan tabel frekuensi berdasarkan latar belakang pendidikan responden :

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden (Konsumen) Berdasarkan Pendidikan

Latar belakang pendidikan	Frekuensi	presentase
SMA	36	36%
MA	52	52%
SMK	12	12%
Jumlah	100	100%

Sumber : Hasil pengumpulan data kuisioner dan diolah penulis

Berdasarkan tabel 4.3, diketahui jumlah responden (konsumen) yang latar belakang SMA sebanyak 36 orang (36%), latar belakang MA sebanyak 52 orang (52%) dan latar belakang SMK sebanyak 12 orang (12%).

d. Karakteristik Berdasarkan Pernah Menjalankan Pendidikan di Pondok Pesantren

Identitas responden berikut ini disajikan tabel frekuensi berdasarkan pernah menjalankan pendidikan di pondok pesantren responden :

Tabel 4.4
Klasifikasi Responden (Konsumen) Berdasarkan pernah di pondok pesantren

Pernah menjalankan pendidikan di pondok pesantren	frekuensi	presentase
Ya	55	55%
Tidak	45	45%
Jumlah	100	100%

Sumber : Hasil pengumpulan data kuisioner dan diolah penulis

Berdasarkan tabel 4.4, diketahui jumlah responden (konsumen) yang pernah menjalankan pendidikan di pondok pesantren sebanyak 55 orang (55%) dan yang tidak pernah menjalankan pendidikan di pondok pesantren sebanyak 45 orang (45%).

e. Karakteristik Berdasarkan Jenis Pondok

Identitas responden berikut ini disajikan tabel frekuensi berdasarkan jenis pondok responden :

Tabel 4.5
Klasifikasi Responden (Konsumen) Berdasarkan jenis pondok pesantren

Jenis pondok	frekuensi	presentase
Pondok salaf	35	35%
Pondok modern	20	20%
Jumlah	55	55%

Sumber : Hasil pengumpulan data kuisioner dan diolah penulis

Berdasarkan tabel 4.5, diketahui jumlah responden (konsumen) yang pernah menjalankan pendidikan di pondok pesantren salaf sebanyak 35 orang (35%) dan yang pernah menjalankan pendidikan di pondok pesantren modern sebanyak 20 orang (20%).

f. Karakteristik Berdasarkan Lama Tinggal di Pondok

Identitas responden berikut ini disajikan tabel frekuensi berdasarkan lama tinggal di pondok responden :

Klasifikasi Responden (Konsumen) Berdasarkan lama tinggal di pondok

Lama tinggal di pondok	Frekuensi	Presentase
1-3 tahun	40	40%
4-6 tahun	11	11%
7-9 tahun	4	4%
10-12 tahun	0	0%
Lebih dari 12 tahun	0	0%
Jumlah	55	55%

Sumber : Hasil pengumpulan data kuisioner dan diolah penulis

Berdasarkan tabel 4.6, diketahui jumlah responden (konsumen) yang tinggal di pondok selama 1-3 tahun sebanyak 40 orang (40%), selama 4-6 tahun sebanyak 11 orang (11%), selama 7-9 tahun sebanyak 4 orang (4%), selama 10-12 tahun sebanyak 0 orang (0%) dan yang lebih dari 12 tahun sebanyak 0 orang (0%).

g. Karakteristik Berdasarkan Iklan Gambar Busana Muslimah yang dilihat

Identitas responden berikut ini disajikan tabel frekuensi berdasarkan iklan gambar busana muslimah yang dilihat responden:

Tabel 4.7
Klasifikasi Responden (Konsumen) Berdasarkan iklan

Iklan gambar	frekuensi	Presentase
Iklan majalah	5	5%
Iklan koran	2	2%
Iklan spanduk	80	80%
Iklan televisi	13	13%
jumlah	100	100%

Sumber : Hasil pengumpulan data kuisioner dan diolah penulis

Berdasarkan tabel 4.7, diketahui jumlah responden (konsumen) yang pernah melihat iklan majalah sebanyak 5 orang (5%), iklan koran sebanyak 2 orang (2%), iklan spanduk sebanyak 80 orang (80%) dan iklan televisi sebanyak 13 orang (13%).

2. Uji validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam pengujian instrumen pengumpulan data, validitas bisa dibedakan menjadi validitas faktor dan validitas item. Uji validitas menggunakan korelasi *bivariate pearson* dan *corrected item total*.

Tabel 4.8. Hasil Analisis Bivariate Pearson
Variabel X
Correlations

		iklan1	iklan2	iklan3	iklan4	skortot
iklan1	Pearson Correlation	1	-,358**	-,178	,014	,138
	Sig. (2-tailed)		,000	,077	,891	,172
	N	100	100	100	100	100
iklan2	Pearson Correlation	-,358**	1	,554**	,254*	,645**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,011	,000
	N	100	100	100	100	100
iklan3	Pearson Correlation	-,178	,554**	1	,577**	,828**
	Sig. (2-tailed)	,077	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
iklan4	Pearson Correlation	,014	,254*	,577**	1	,749**
	Sig. (2-tailed)	,891	,011	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Skortot	Pearson Correlation	,138	,645**	,828**	,749**	1
	Sig. (2-tailed)	,172	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Dari hasil analisis didapat nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 arah dan jumlah data 100, maka didapat nilai r tabel pada penelitian ini sebesar 0,1946.

Berdasarkan hasil analisis didapat nilai korelasi untuk semua item nilainya lebih dari 0,1946 dan dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.

Tabel 4.9. Hasil Analisis Bivariate Pearson

Variabel Y

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Dari hasil analisis didapat nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 arah dan jumlah data 100, maka didapat nilai r tabel pada penelitian ini sebesar 0,1946.

Berdasarkan hasil analisis didapat nilai korelasi untuk item minat beli 1 nilainya kurang dari 0,1946 maka dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut tidak berkorelasi signifikan dengan skor total (dinyatakan tidak valid) sehingga harus dikeluarkan dan diperbaiki. Sedangkan pada

item-item lainnya nilainya lebih dari 0,1946 dan dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.

Tabel 4.10. Tabulasi Data

Variabel Y (setelah data minat beli 1 dikeluarkan)

Correlations

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

Dari hasil analisis didapat nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 arah dan jumlah data 100, maka didapat nilai r tabel pada penelitian ini sebesar 0,1946.

Berdasarkan hasil analisis didapat nilai korelasi untuk semua item nilainya lebih dari 0,1946 dan dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.

3. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Uji reliabilitas menggunakan teknik alpha.

4.11. Tabulasi reliabilitas

Variabel X (iklan gambar)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,428	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
iklan1	10,40	3,919	-,225	,714
iklan2	11,51	2,333	,249	,349
iklan3	10,95	1,886	,603	-,063^a
iklan4	10,94	2,037	,482	,080

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Dari hasil analisis di atas didapat nilai alpha sebesar 0,428.

Sedangkan nilai r (uji 2 sisi) pada signifikansi 0,05 dengan jumlah data (n) = 100, didapat sebesar 0,1946. Karena nilainya lebih dari 0,1946, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut reliabel.

4.12. Tabulasi Reliabilitas

Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,519	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
minatbeli2	21,74	7,366	,256	,490
minatbeli3	21,04	8,948	,268	,479
minatbeli4	20,89	8,887	,252	,483
minatbeli5	21,16	8,964	,211	,497
minatbeli6	21,26	8,336	,266	,475
minatbeli7	21,32	8,462	,255	,480
minatbeli8	21,27	8,017	,303	,459

Dari hasil analisis di atas didapat nilai alpha sebesar 0,519.

Sedangkan nilai r (uji 2 sisi) pada signifikansi 0,05 dengan jumlah data (n) = 100, didapat sebesar 0,1946. Karena nilainya lebih dari 0,1946, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut reliabel.

4. Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak.

4.13. Tabulasi Normalitas

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Iklan	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Minat	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%

Descriptives

Descriptives		Statistic	Std. Error
Iklan	Mean	18,51	,197
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	18,12
		Upper Bound	18,90
	5% Trimmed Mean	18,50	
	Median	18,00	
	Variance	3,889	
	Std. Deviation	1,972	
	Minimum	14	
	Maximum	24	
	Range	10	
	Interquartile Range	3	
	Skewness	,251	,241
Minat	Kurtosis	-,037	,478
	Mean	24,70	,330
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	24,05
		Upper Bound	25,35
	5% Trimmed Mean	24,79	
	Median	25,00	
	Variance	10,859	
	Std. Deviation	3,295	
	Minimum	14	
	Maximum	32	
	Range	18	
	Interquartile Range	5	
Konten	Skewness	-,408	,241
	Kurtosis	,440	,478

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Iklan	,152	100	,000	,970	100	,023
Minat	,096	100	,023	,980	100	,124

a. Lilliefors Significance Correction

Dari hasil di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 untuk variabel X yaitu iklan gambar tidak normal yaitu $0,000 < 0,05$ sedangkan untuk variabel Y yaitu minat beli normal yaitu $0,023 > 0,05$.

C. Pengujian Hipotesis dan Analisis Data

1. Korelasi Rank Spearman

Korelasi Spearman merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis asosiatif dua variabel dan datanya berskala ordinal.

4.14. Tabulasi Koreasi Spearman

Correlations

			nilai iklan	nilai minat
Spearman's rho	nilai iklan	Correlation Coefficient	1,000	,119
		Sig. (2-tailed)	.	,240
		N	100	100
	nilai minat	Correlation Coefficient	,119	1,000
		Sig. (2-tailed)	,240	.
		N	100	100

Tabel korelasi menunjukkan nilai atau besarnya hubungan antara variabel Iklan gambar dengan Minat beli. Besarnya hubungan antara variabel iklan gambar dan minat beli adalah sebesar 0,119. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang rendah. Berikut ini adalah tabel nilai korelasi beserta makna nilai tersebut.

Tabel 4.15. Makna nilai korelasi Spearman

Nilai	Makna
0,00-0,19	Sangat rendah/sangat lemah
0,20-0,39	Rendah /lemah
0,40-0,59	Sedang
0,60-0,79	Tinggi/kuat
0,80-1,00	Sangat tinggi/ sangat kuat

Nilai uji signifikansi menunjukkan nilai sebesar 0,240 menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel tersebut tidak *signifikan* (karena p value > 0,05). Berikut ini ketentuan untuk melihat nilai p value (Sig.)

- a. Nilai $p\ value < 0,05$, maka hubungan kedua variabel adalah signifikan.
 - b. Nilai $p\ value > 0,05$, maka hubungan kedua variabel adalah tidak signifikan.

2. Regressi Linier Sederhana

Tabel 4.16. hasil regresi linier sederhana

	Mean	Std. Deviation	N
minat beli	24,70	3,295	100
iklan gambar	14,63	1,963	100

Correlations			
		minat beli	iklan gambar
Pearson Correlation	minat beli	1,000	,125
	iklan gambar	,125	1,000
Sig. (1-tailed)	minat beli	.	,108
	iklan gambar	,108	.
N	minat beli	100	100
	iklan gambar	100	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	iklan gambar ^b		. Enter

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,125 ^a	,016	,006	3,286

a. Predictors: (Constant), iklan gambar

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16,742	1	16,742	1,550	,216 ^b
	Residual	1058,258	98	10,799		
	Total	1075,000	99			

b. Predictors: (Constant), iklan gam

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Fraction Missing Info.	Relative Increase Variance	Relative Efficiency
		B	Std. Error	Beta					
		(Constant)							
1	iklan gambar	21,634	2,484		8,710	,000			
		,210	,168	,125	1,245	,216			

a. Dependent Variable: minat beli

4.17. Graph

