

ABSTRAK

HUBUNGAN PERSEPSI SISWA TERHADAP IKLAN SMK BISA DAN PENDAPATAN ORANG TUA DENGAN MINAT MELANJUTKAN PENDIDIKAN KE SMK PADA SISWA KELAS VIII SMP NEGERI 6 YOGYAKARTA TAHUN AJARAN 2010/2011

Oleh
Alim Muntaha
NIM. 08504242003

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dan besarnya sumbangan antara Persepsi Siswa Terhadap Iklan “SMK Bisa” dan Pendapatan Orang Tua secara sendiri maupun secara bersama dengan Minat Melanjutkan Pendidikan Ke SMK Pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri 6 Yogyakarta Tahun Ajaran 2010/2011

Subjek penelitian ini adalah siswa kelas VIII SMP Negeri 6 Yogyakarta Tahun Ajaran 2010/2011 yang berjumlah 214 siswa. Penelitian ini termasuk penelitian *ex-post facto*. Metode pengambilan data menggunakan instrumen angket. Untuk variabel persepsi siswa terhadap iklan “SMK Bisa” dan variabel minat melanjutkan pendidikan ke SMK menggunakan angket model tertutup dengan *skala likert*, sedangkan variabel pendapatan orang tua menggunakan kuesioner model terbuka. Untuk mengetahui validitas isi instrumen dengan mengkonsultasikan kepada para ahli (*expert judgement*) dan validasi konstruk menggunakan rumus *Product Moment* dari Pearson. Reliabilitas instrumen dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Sebelum dilakukan analisis data terlebih dahulu diadakan pengujian persyaratan analisis yang meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Teknik analisis data yang dipakai adalah dengan teknik analisis korelasi *product moment* dan teknik analisis regresi ganda dua prediktor pada taraf signifikansi 5 %.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Terdapat hubungan positif antara Persepsi Siswa Terhadap Iklan “SMK Bisa” dan Minat Melanjutkan Pendidikan ke SMK yang dibuktikan dengan $r = 0,224$; $r^2 = 0,050$ dan sumbangan efektif sebesar 5 %; (2) Terdapat hubungan positif antara Pendapatan Orang Tua dan Minat Melanjutkan Pendidikan ke SMK yang dibuktikan dengan $r = 0,238$; $r^2 = 0,056$ dan sumbangan efektif sebesar 5,6 %; (3) Terdapat hubungan positif antara Persepsi Siswa Terhadap Iklan “SMK Bisa” dan Pendapatan Orang Tua dengan Minat Melanjutkan Pendidikan ke SMK yang dibuktikan dengan $R = 0,393$; $R^2 = 0,154$ dan sumbangan efektif sebesar 15,4 %.