

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data penelitian yang telah diuraikan pada Bab III, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis korelasi parsial dengan variabel kontrol pendapatan orang tua dan jumlah anak, diperoleh nilai korelasi sebesar 0,466 dengan variabel kontrol pendapatan orang tua dan jumlah anak. Besarnya koefisien korelasi antara variabel tingkat ketertarikan tayangan iklan layanan masyarakat sekolah gratis (X) dengan motivasi orang tua menyekolahkan anak (Y) sebesar 0,457 sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan masuk dalam kategori sedang.
2. Berdasarkan regresi linier sederhana, variabel tingkat ketertarikan tayangan iklan layanan masyarakat sekolah gratis (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi orang tua menyekolahkan anaknya lebih (Y). Besarnya kontribusi variabel X terhadap motivasi orang tua dengan nilai R^2 yaitu sebesar 0,218 atau sebesar 21,8%, sedangkan sisanya 78,2% (100% - 21,8%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

B. Saran

Dari kesimpulan diatas, diketahui bahwa iklan layanan masyarakat mampu meningkatkan motivasi orang tua khususnya dalam hal pendidikan anak, sehingga peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi pemerintah dalam hal ini khususnya dinas pendidikan, hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan layanan masyarakat yang ditayangkan melalui media televisi ternyata mampu mengubah motivasi masyarakat sebesar 21,8%, sehingga dalam membuat iklan diperlukan strategi-strategi yang bisa menimbulkan ketertarikan, selain ditayangkan melalui iklan di media televisi juga masih perlu disosialisasikan langsung kepada masyarakat melalui penjelasan-penjelasan ke masyarakat pedesaan pada khususnya karena hasil penelitian juga telah terbukti masih ada beberapa masyarakat yang kurang bisa memahami pesan dalam iklan layanan masyarakat yang ditayangkan di media televisi.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan kontribusi terhadap variabel motivasi sebesar 21,8%, sehingga dimungkinkan masih terdapat variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, diharapkan bagi peneliti selanjutnya supaya dapat lebih digali lagi variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap variabel motivasi.

DAFTAR PUSTAKA

Asri C Budiningsih. 2004. *Karakteristik Siswa sebagai Pijakan Pembelajaran*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta.

Bilson Simamora, 2004, *Riset Pemasaran*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Delozier, M. Wayne, 1976, *The Marketing Communication Process*, University of South Carolina, Mc. Graw-Hill Kogakhusa ltd,

Effendy, O.U., 2003, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunika*s, Citra Aditya Bakti: Bandung.

Hamzah B. Uno, 2009, *Teori Motivasi dan Pengukuranya*, Bumi Aksara: Jakarta.

Jefkins, Fank. 1995, *Periklanan*, Erlangga: Jakarta

Kasali, Rhenald, 1992, *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya*, Pustaka umum Grafiti: Jakarta.

Kotler Philip, 1988, *Manajemen Pemasaran*, Salemba Empat: Jakarta.

_____, 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi & Kontrak*, PT. Ikrar Mandiri Abadi: Jakarta.

Marhaeni Fajar, 2009, *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*, Graha Ilmu: Yogyakarta

Martin Handoko, 1993, *Motivasi Daya Penggerak Tingkah Laku*, Kanisius: Yogyakarta.

Mulyana, Deddy, 2003, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.

Nuradi. 1996. *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta

Rakhmat, Jalaludin, 2001, *Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Rakhmat, Jalaludin, 2003, *Psikologi Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya: Bandung.

Sardiman, 2006. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Singarimbun, Masri, 1989, *Metode Penelitian Survei*, LP3ES: Jakarta.

Suharsimi Arikunto, 2002. *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*, Bumi Aksara: Jakarta

Sugiyono, 2005, *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabeta: Bandung.

Sumartono, 2002, *Terperangkap Dalam Iklan Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*, Alfabeta: Bandung.

Supranto J, 1997, *Metode Riset*, PT Rineka Cipta: Jakarta.

Website:

Komunikasi Virtual VS Komunikasi Klasik. Refinasari.blogspot.com



LAMP IRAN



LAMPIRAN I

KUISIONER

KUISIONER

Bagian I. Pada bagian ini anda diminta menjawab beberapa pertanyaan umum mengenai data diri anda dengan cara memberi tanda "✓" pada jawaban yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

a. Usia

- | | |
|--|--|
| ☐ < 25 tahun | ☐ 36 – 40 tahun |
| ☐ 26 – 35 tahun | ☐ > 40 tahun |

b. Pekerjaan (keluarga)

- | | |
|--------------------------------|---------------------------------|
| ☐ Buruh | ☐ PNS |
| ☐ Tani | ☐ Swasta |

c. Pendapatan per bulan (keluarga)

- ☐ < 500.000,-
- ☐ 500.000,- – 1.000.000,-
- ☐ 1.100.000,- – 2.000.000,-
- ☐ > 2.000.000,-

d. Jumlah anak

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ Lebih dari 4

Bagian II. Bagian ini berisi pertanyaan mengenai tayangan iklan sekolah gratis dan perhatian orang tua pada pendidikan anak. Anda diminta memberi tanda "✓" pada setiap pertanyaan dengan ketentuan jawaban sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X) : Ketertarikan Tayangan Iklan Layanan Masyarakat Sekolah Gratis, indikatornya adalah :

- a. Perhatian terhadap iklan

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Saya menonton iklan sampai selesai		
2.	Saya memperhatikan iklan dengan sungguh-sungguh.		
3.	Iklan sangat menarik		
4.	Cut Tari adalah pemeran iklan sekolah gratis		
5.	Dalam adegan cerita, yang membuat angkot berhenti mendadak adanya lampu merah		
6.	Logat bahasa yang digunakan dalam iklan logat melayu		

- b. Pemahaman terhadap iklan

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Iklan bertujuan untuk mensosialisasikan sekolah gratis yang dibuat departemen pendidikan		
2.	"Anak sopir bisa jadi pilot" merupakan slogan iklan sekolah gratis		
3.	Dalam Iklan sekolah gratis diperuntukkan untuk anak SD-SMA		
4.	Dalam iklan, pemerintah ingin mensukseskan wajib belajar 9 tahun		

- c. Adanya tanggapan terhadap iklan dan program sekolah gratis

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Menurut saya bahasa yang digunakan mudah dipahami		
2.	Menurut saya iklan sekolah gratis tidak sesuai dengan kondisi masyarakat sekarang		
3.	Menurut saya iklan mudah dimengerti		
4.	Menurut saya program iklan sekolah gratis tidak membantu meringankan beban pendidikan masyarakat kecil		

2. Variabel Dependen (Y) : Motivasi orang tua menyekolahkan anak ke jenjang yang lebih tinggi, indikatornya kebutuhan, keinginan dan dorongan

Keterangan:

SS: Sangat Setuju, S: Setuju, TS: Tidak Setuju, STS: Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Keinginan					
1.	Saya ingin anak saya lebih pandai dari saya				
2.	Saya ingin anak saya bisa meraih cita-citanya				
3.	Saya ingin anak saya mempunyai penghidupan yang layak				
4.	Saya ingin anak saya dapat bersosialisasi				
Kebutuhan					
5.	Saya menyekolahkan anak saya karena gratis				
6.	Saya berharap anak saya menjadi orang yang berguna				
7.	Saya berharap anak saya menjadi anak yang berprestasi				
8.	Saya berharap anak saya mempunyai masa depan yang lebih baik dari saya				
Dorongan					
9.	Dengan bersekolah anak saya mendapat banyak teman				
10.	Dengan bersekolah anak saya bisa memiliki banyak pengetahuan				
11.	Dengan bersekolah anak saya tidak ketinggalan zaman				
12.	Dengan bersekolah saya berharap anak saya menjadi anak yang mandiri				



LAMPIRAN II

KUISIONER

TABEL
NILAI - NILAI r PRODUCT MOMENT

N	Taraf Signif		N	Taraf Signif		N	Taraf Signif	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	27	0.381	0.487	55	0.266	0.345
4	0.95	0.99	28	0.374	0.478	60	0.254	0.330
5	0.878	0.959	29	0.367	0.470	65	0.244	0.317
6	0.811	0.917	30	0.361	0.463	70	0.235	0.306
7	0.754	0.874	31	0.355	0.456	75	0.227	0.296
8	0.707	0.834	32	0.349	0.449	80	0.22	0.286
9	0.666	0.798	33	0.344	0.442	85	0.213	0.278
10	0.632	0.765	34	0.339	0.436	90	0.207	0.270
11	0.602	0.735	35	0.334	0.430	95	0.202	0.263
12	0.576	0.708	36	0.329	0.424	100	0.195	0.256
13	0.553	0.684	37	0.325	0.418	125	0.176	0.23
14	0.532	0.661	38	0.32	0.413	150	0.159	0.21
15	0.514	0.641	39	0.316	0.408	175	0.148	0.194
16	0.497	0.632	40	0.312	0.403	200	0.138	0.181
17	0.482	0.606	41	0.308	0.398	300	0.113	0.148
18	0.468	0.590	42	0.304	0.393	400	0.098	0.128
19	0.456	0.575	43	0.301	0.389	500	0.088	0.115
20	0.444	0.561	44	0.297	0.384	600	0.080	0.105
21	0.433	0.549	45	0.294	0.38	700	0.074	0.097
22	0.423	0.537	46	0.291	0.376	800	0.07	0.091
23	0.413	0.526	47	0.288	0.372	900	0.065	0.086
24	0.404	0.515	48	0.284	0.368	1000	0.062	0.081
25	0.396	0.505	49	0.281	0.364			
26	0.388	0.496	50	0.279	0.361			

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Perhatian01	4.30	2.010	.738	.868
Perhatian02	4.23	2.254	.655	.881
Perhatian03	4.23	2.392	.490	.902
Perhatian04	4.27	1.995	.852	.850
Perhatian05	4.30	1.872	.898	.839
Perhatian06	4.33	2.023	.656	.884

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.939	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pemahaman01	2.73	.616	.947	.896
Pemahaman02	2.73	.616	.947	.896
Pemahaman03	2.80	.579	.681	1.000
Pemahaman04	2.73	.616	.947	.896

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.733	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tanggapan01	2.80	.372	.444	.731
Tanggapan02	2.80	.303	.698	.557
Tanggapan03	2.77	.392	.550	.660
Tanggapan04	2.73	.478	.473	.714

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Keinginan01	8.90	3.955	.725	.617
Keinginan02	8.73	4.754	.645	.673
Keinginan03	8.43	6.047	.389	.793
Keinginan04	8.63	4.585	.544	.730

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.751	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kebutuhan01	9.67	2.713	.764	.605
Kebutuhan02	9.57	3.082	.521	.714
Kebutuhan03	9.43	2.806	.454	.745
Kebutuhan04	9.63	2.102	.568	.709

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Dorongan01	9.90	2.369	.705	.844
Dorongan02	9.93	2.478	.771	.820
Dorongan03	9.87	2.257	.756	.823
Dorongan04	9.70	2.562	.679	.853

Frequency Table

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 25 tahun	26	19.7	19.7	19.7
	26-35 tahun	89	67.4	67.4	87.1
	36-40 tahun	12	9.1	9.1	96.2
	> 40 tahun	5	3.8	3.8	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Buruh	51	38.6	38.6	38.6
	Tani	21	15.9	15.9	54.5
	PNS	29	22.0	22.0	76.5
	Wiraswasta	31	23.5	23.5	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Pendapatan perbulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 500.000,-	37	28.0	28.0	28.0
	Rp 500.000,- s/d Rp 1.000.000,-	40	30.3	30.3	58.3
	Rp 1.000.000,- s/d Rp 2.000.000,-	37	28.0	28.0	86.4
	> Rp 2.000.000,-	18	13.6	13.6	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Jumlah Anak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	36	27.3	27.3	27.3
	2	77	58.3	58.3	85.6
	3	16	12.1	12.1	97.7
	> 3	3	2.3	2.3	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Perhatian terhadap iklan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	4	3.0	3.0	3.0
	Sedang	2	1.5	1.5	4.5
	Tinggi	126	95.5	95.5	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Pemahaman terhadap iklan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	2	1.5	1.5	1.5
	Tinggi	130	98.5	98.5	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Tanggapan terhadap iklan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	1	.8	.8	.8
	Sedang	5	3.8	3.8	4.5
	Tinggi	126	95.5	95.5	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Keinginan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	4	3.0	3.0	3.0
	Sedang	15	11.4	11.4	14.4
	Tinggi	113	85.6	85.6	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Kebutuhan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	1	.8	.8	.8
	Sedang	14	10.6	10.6	11.4
	Tinggi	117	88.6	88.6	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Dorongan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	1	.8	.8	.8
	Sedang	16	12.1	12.1	12.9
	Tinggi	115	87.1	87.1	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Partial Corr

Control Variables			Tingkat Ketertarikan Tayangan Iklan Layanan Masyarakat Sekolah Gratis (X)	Motivasi Orang Tua menyekolahkan anak (Y)
-none-(a)	Tingkat Ketertarikan Tayangan Iklan Layanan Masyarakat Sekolah Gratis (X)	Correlation	1.000	.466
		Significance (2-tailed)	.	.000
		df	0	130
	Motivasi Orang Tua menyekolahkan anak(Y)	Correlation	.466	1.000
		Significance (2-tailed)	.000	.
		df	130	0
	Jumlah Anak	Correlation	-.040	-.007
		Significance (2-tailed)	.649	.933
		df	130	130
	Pendapatan perbulan	Correlation	.130	.420
		Significance (2-tailed)	.137	.000
		df	130	130
Jumlah Anak & Pendapatan perbulan	Tingkat Ketertarikan Tayangan Iklan Layanan Masyarakat Sekolah Gratis (X)	Correlation	1.000	.457
		Significance (2-tailed)	.	.000
		df	0	128
	Motivasi Orang Tua menyekolahkan anak (Y)	Correlation	.457	1.000
		Significance (2-tailed)	.000	.
		df	128	0

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Tingkat Ketertarikan Tayangan Iklan Layanan Masyarakat Sekolah Gratis (X)	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Motivasi Orang Tua menyekolahkan anak lebih tinggi (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.466 ^a	.218	.212	.32346

a. Predictors: (Constant), Tingkat Ketertarikan Tayangan Iklan Layanan Masyarakat Sekolah Gratis (X)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.783	1	3.783	36.153	.000 ^a
	Residual	13.602	130	.105		
	Total	17.384	131			

a. Predictors: (Constant), Tingkat Ketertarikan Tayangan Iklan Layanan Masyarakat Sekolah Gratis (X)

b. Dependent Variable: Motivasi Orang Tua menyekolahkan anak lebih tinggi (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.119	.242		8.767	.000
	Tingkat Ketertarikan Tayangan Iklan Layanan Masyarakat Sekolah Gratis (X)	.108	.018	.466	6.013	.000

a. Dependent Variable: Motivasi Orang Tua menyekolahkan anak lebih tinggi (Y)

Crosstabs

**Pekerjaan * Motivasi Orang tua Menyekolahkan anak lebih tinggi
Crosstabulation**

Count

		Motivasi Orang tua Menyekolahkan anak lebih tinggi			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Pekerjaan	Buruh	1	10	40	51
	Tani	0	0	21	21
	PNS	0	1	28	29
	Wiraswasta	0	0	31	31
Total		1	11	120	132

Crosstabs

Pendapatan perbulan * Motivasi Orang tua Menyekolahkan anak lebih tinggi Crosstabulation

Count

		Motivasi Orang tua Menyekolahkan anak lebih tinggi			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Pendapatan perbulan	< Rp 500.000,-	1	11	25	37
	Rp 500.000,- s/d Rp 1.000.000,-	0	0	40	40
	Rp 1.000.000,- s/d Rp 2.000.000,-	0	0	37	37
	> Rp 2.000.000,-	0	0	18	18
Total		1	11	120	132

Frequency Table

Perhatian01

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	5	3.8	3.8	3.8
	Ya	127	96.2	96.2	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Perhatian02

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	3	2.3	2.3	2.3
	Ya	129	97.7	97.7	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Perhatian03

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	9	6.8	6.8	6.8
	Ya	123	93.2	93.2	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Perhatian04

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	4	3.0	3.0	3.0
	Ya	128	97.0	97.0	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Perhatian05

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	8	6.1	6.1	6.1
	Ya	124	93.9	93.9	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Perhatian06

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	7	5.3	5.3	5.3
	Ya	125	94.7	94.7	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Pemahaman01

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	2	1.5	1.5	1.5
	Ya	130	98.5	98.5	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Pemahaman02

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	2	1.5	1.5	1.5
	Ya	130	98.5	98.5	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Pemahaman03

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	4	3.0	3.0	3.0
	Ya	128	97.0	97.0	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Pemahaman04

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	3	2.3	2.3	2.3
	Ya	129	97.7	97.7	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Tanggapan01

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	19	14.4	14.4	14.4
	Ya	113	85.6	85.6	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Tanggapan02

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	4	3.0	3.0	3.0
	Ya	128	97.0	97.0	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Tanggapan03

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	11	8.3	8.3	8.3
	Ya	121	91.7	91.7	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Tanggapan04

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	1	.8	.8	.8
	Ya	131	99.2	99.2	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Keinginan01

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	3.8	3.8	3.8
	TS	9	6.8	6.8	10.6
	S	42	31.8	31.8	42.4
	SS	76	57.6	57.6	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Keinginan02

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1.5	1.5	1.5
	TS	9	6.8	6.8	8.3
	S	22	16.7	16.7	25.0
	SS	99	75.0	75.0	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Keinginan03

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	11	8.3	8.3	8.3
	S	31	23.5	23.5	31.8
	SS	90	68.2	68.2	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Keinginan04

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	3.8	3.8	3.8
	TS	9	6.8	6.8	10.6
	S	56	42.4	42.4	53.0
	SS	62	47.0	47.0	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Kebutuhan01

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	4.5	4.5	4.5
	S	63	47.7	47.7	52.3
	SS	63	47.7	47.7	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Kebutuhan02

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	3.0	3.0	3.0
	S	50	37.9	37.9	40.9
	SS	78	59.1	59.1	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Kebutuhan03

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.8	.8	.8
	TS	1	.8	.8	1.5
	S	22	16.7	16.7	18.2
	SS	108	81.8	81.8	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Kebutuhan04

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1.5	1.5	1.5
	TS	4	3.0	3.0	4.5
	S	32	24.2	24.2	28.8
	SS	94	71.2	71.2	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Dorongan01

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	5.3	5.3	5.3
	S	70	53.0	53.0	58.3
	SS	55	41.7	41.7	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Dorongan02

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	3.0	3.0	3.0
	S	35	26.5	26.5	29.5
	SS	93	70.5	70.5	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Dorongan03

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.8	.8	.8
	TS	1	.8	.8	1.5
	S	25	18.9	18.9	20.5
	SS	105	79.5	79.5	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Dorongan04

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	5.3	5.3	5.3
	S	54	40.9	40.9	46.2
	SS	71	53.8	53.8	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Frequencies

Frequency Table

X

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	1	.8	.8	.8
	Sedang	2	1.5	1.5	2.3
	Tinggi	129	97.7	97.7	100.0
	Total	132	100.0	100.0	

Y

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	1	.8	.8	.8
	Sedang	11	8.3	8.3	9.1
	Tinggi	120	90.9	90.9	100.0
	Total	132	100.0	100.0	