

ABSTRAK

Universitas Kristen Maranatha (UKM) memiliki misi ‘Mengembangkan nilai-nilai hidup Kristiani’ dalam penyelenggaraan Tri Darma Perguruan Tingginya. Artinya bahwa institusi akan membawa mahasiswanya ke dalam nilai-nilai hidup Kristiani sesuai dengan misinya. Namun, pihak manajemen UKM belum mengetahui apakah nilai-nilai hidup Kristiani sudah terselenggara dengan baik pada mahasiswanya. Berangkat dari permasalahan ini, penulis ingin meneliti mengenai bagaimana gambaran nilai-nilai hidup Kristiani mahasiswa yang ada di UKM. Agar penelitian lebih fokus disamping keterbatasan biaya, waktu dan tenaga maka tujuan penelitian meliputi persoalan : (1)Mengetahui pertimbangan pemilihan mahasiswa saat memilih Universitas Kristen Maranatha.(2)Mengidentifikasi variabel-variabel yang membentuk nilai-nilai Kristiani mahasiswa UKM. (3)Mengetahui nilai Kristiani pribadi mahasiswa yang memilih UKM berdasarkan kekristenan lebih tinggi dari pada nilai Kristiani pribadi mahasiswa yang memilih UKM berdasarkan faktor lain. (4)Mengetahui nilai-nilai Kristiani mahasiswa yang berbeda signifikan dan tidak berbeda signifikan saat ini dengan standar nilai-nilai Kristiani UKM. (5)Dapat memberikan usulan kepada pihak manajemen untuk meningkatkan nilai-nilai Kristiani mahasiswa UKM.

Penelitian ini dimulai dengan mencari gambaran nilai-nilai Kristiani. Dari hasil wawancara dengan pihak manajemen diketahui bahwa model Kekristenan UKM dirumuskan dalam nilai terminal ICE : *Integrity, Care, and Excellent*. Dari model ICE ini, penulis mengembangkan atribut-atributnya yang kemudian dilakukan uji validitas konstruk. Setelah itu, disusun kuesioner penelitian untuk melihat persepsi dan bobot Kristiani mahasiswa serta standar nilai Kristiani dari manajemen. Jumlah sampel dihitung dengan rumus *Slovin* dan teknik sampling yang digunakan adalah sampling *Purposive*. Data empiris diuji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya dilakukan metode Analisis Faktor untuk mendapatkan faktor dan variabel laten dari nilai-nilai Kristiani; metode Jendela Johari untuk mengungkapkan nilai-nilai Kristiani yang ada pada mahasiswa UKM; metode Uji *Gap* untuk melihat kesenjangan antara nilai-nilai Kristiani yang ada dengan standar nilai Kristiani UKM; dan metode Uji Signifikan untuk melihat apakah kesenjangan yang ada cukup signifikan. Dari kesenjangan yang diperoleh diungkapkan usulan-usulan untuk meningkatkan nilai-nilai Kristiani mahasiswa UKM.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini, mengungkapkan bahwa (1)Pertimbangan mahasiswa memilih UKM karena akreditasi, citra, dll (faktor kekristenan UKM tidak menjadi prioritas). (2)Variabel pembentuk nilai Kristiani mahasiswa UKM a.l: kejujuran, kelemahlembutan, dan ketekukan; atributnya yaitu bersedia menerima pandangan orang lain, disiplin, mau berubah, dan lain-lain. (3)Nilai Kristiani pribadi mahasiswa yang memilih UKM karena kekristenan lebih kecil daripada mahasiswa yang memilih Maranatha karena faktor lain. (4)Nilai Kristiani mahasiswa yang berbeda signifikan dengan standar antara lain kejujuran, keotentikan, dan penguasaan diri; berbeda tidak signifikan a.l ramah, tidak sombong, dan tidak egois. (5)Upaya pencapaian nilai Kristiani mahasiswa dengan memperbaiki proses penyelenggaraan pendidikan yang dilakukan oleh dosen dan manajemen misalnya dengan membenahi cara institusi memandang mahasiswa dimana institusi harus terbuka memberikan kesempatan dan mengarahkan mahasiswa untuk bertindak sesuai dengan nilai yang ingin dicapai, memberikan suri tauladan, meningkatkan ritual-ritual Kekristenan, dan pembinaan budi pekerti.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Pembatasan Masalah	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-3
1.5 Tujuan Penelitian	1-4
1.6 Sistematika Penulisan	1-4

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Budaya	2-1
2.1.1 Definisi Budaya Organisasi	2-3
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Budaya Organisasi	2-4
2.1.3 Elemen-Elemen Budaya Organisasi	2-6
2.1.4 Bagaimana Para Anggota Mempelajari Budaya.....	2-8
2.2 Pengertian Nilai	2-9
2.2.1 Pentingnya Nilai	2-9
2.2.2 Tipe Nilai	2-10
2.2.2 Sikap	2-10
2.3 Persepsi	2-11
2.3.1 Persepsi Orang : Membuat Penilaian Mengenai Orang Lain .	2-12
2.3.1.1 Teori Atribusi	2-12
2.3.1.2 Jalan Pintas Menilai Orang Lain	2-13

2.3.2 Model Jendela Johari	2-13
2.4 Motivasi	2-15
2.4.1 Teori X dan Teori Y	2-16
2.4.2 Teori Harapan	2-17
2.5 Nilai Instrumental dan Nilai Terminal UKM	2-18
2.6 Pengertian Nilai-Nilai	2-23
2.7 Aspek-Aspek Penelitian.....	2-26
2.7.1 Jenis-Jenis Penelitian.....	2-26
2.7.2 Populasi dan Sampel.....	2-28
2.7.3 Teknik Sampling	2-29
2.7.4 Metode Pengumpulan Data	2-30
2.7.4.1 Wawancara	2-31
2.7.4.1 Kuesioner	2-31
2.7.4.2 Observasi	2-31
2.7.5 Skala Pengukuran	2-32
2.7.6 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-33
2.7.6.1 Validitas Instrumen	2-33
2.7.6.2 Reliabilitas Instrumen	2-35
2.8 Uji Hipotesis	2-37
2.8 Analisis Faktor	2-38

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan.....	3-2
3.2 Identifikasi Masalah.....	3-3
3.3 Pembatasan Masalah.....	3-4
3.4 Perumusan Masalah	3-4
3.5 Penentuan Tujuan penelitian.....	3-5
3.6 Tinjauan Pustaka.....	3-6
3.7 Model Konseptual.....	3-6
3.8 Identifikasi Variabel Penelitian	3-8

3.9 Validitas Konstruk	3-9
3.10 Penyusunan Kuesioner.....	3-15
3.11 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian	3-17
3.12 Penentuan Teknik Sampling	3-18
3.13 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-18
3.14 Pengumpulan Data	3-18
3.15 Pengujian Validitas	3-19
3.16 Pengujian Reliabilitas	3-19
3.17 Pengolahan Data	3-20
3.17.1 Analisis Faktor	3-21
3.17.2 Jendela Johari.....	3-21
3.17.3 Uji Gap.....	3-22
3.17.4 Uji Signifikan.....	3-23
3.18 Usulan	3-24
3.19 Kesimpulan dan Saran	3-24

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1 Sejarah Berdiri UKM.....	4-1
4.1.2 Lambang UKM.....	4-5
4.1.3 Struktur Organisasi	4-6
4.1.4 Tri Dharma Perguruan Tinggi	4-6
4.1.5 Visi dan Misi Maranatha	4-6
4.1.6 Nilai Terminal UKM	4-6
4.2 Kuesioner Penelitian	4-8
4.2.1 Kuesioner Mahasiswa.....	4-8
4.2.1.1 Hasil Kuesioner Bagian I.....	4-8
4.2.1.2 Hasil Kuesioner Bagian II	4-8
4.2.2 Kuesioner Manajemen	4-11

BAB 5 PENGOLAHAN DAN ANALISIS

5.1 Kuesioner Mahasiswa	5-1
5.1.1 Pengolahan Data Kuesioner Bagian I	5-1
5.1.2 Analisis Kuesioner Bagian I	5-1
5.1.3 Pengolahan Data Kuesioner Bagian II	5-3
5.1.3.1 Uji Validitas Data	5-3
5.1.3.2 Uji Reliabilitas Data	5-5
5.1.3.3 Analisis Faktor	5-6
5.1.3.4 Hasil Uji Analisis Faktor	5-17
5.2 Analisis Perbedaan Sikap Pribadi Antara Responden yang Memilih UKM karena Faktor ‘Kekristenan’ dengan Responden yang Memilih UKM karena Faktor Lain	5-18
5.3 Jendela Johari	5-23
5.4 Kuesioner Manajemen	5-25
5.5 Uji Gap	5-25
5.6 Uji Signifikan	5-26
5.7 Analisis Uji Hipotesa	5-28
5.8 Usulan	5-29

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-4
6.2.1 Saran Untuk UKM	6-4
6.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	6-4

DAFTAR PUSTAKA

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Konsep Validitas Konstruk Penelitian	3 – 10
4.1	Rangkuman Frekuensi Motivasi	4 – 8
4.2	Rangkuman Kuesioner Penelitian	4 – 9
4.3	Keterangan Atribut Nilai	4 – 9
4.4	Rangkuman Frekuensi Data Sikap Mahasiswa Umum	4 – 10
4.5	Rangkuman Frekuensi Data Sikap Pribadi	4 – 10
4.6	Data Hasil Kuesioner Manajemen	4 – 11
5.1	Rekap Prioritas Faktor Memilih UKM	5 – 1
5.2	Jawaban Mahasiswa Untuk Faktor Kekristenan	5 – 2
5.3	Jawaban Mahasiswa Untuk Faktor Akreditasi	5 – 2
5.4	Keterangan Nama Variabel	5 – 3
5.5	Hasil Uji Validitas Data Sikap Mahasiswa Umum	5 – 4
5.6	Hasil Uji Validitas Data Sikap Pribadi	5 – 5
5.7	Hasil Uji Reliabilitas Data ‘Sikap Mahasiswa Umum’	5 – 6
5.8	Hasil Uji Reliabilitas Data ‘Sikap Pribadi’	5 – 6
5.9	Nilai KMO dan <i>Bartlett’s Test</i> Data ‘Sikap Mahasiswa Umum’	5 – 7
5.10	Nilai KMO dan <i>Bartlett’s Test</i> Data ‘Sikap Pribadi’	5 – 7
5.11	<i>Total Variance Explained</i> Data ‘Sikap Mahasiswa Umum’	5 – 8
5.12	<i>Total Variance Explained</i> Data ‘Sikap Pribadi’	5 – 9
5.13	<i>Rotate Component Matrix^a</i> Data ‘Sikap Mahasiswa Umum’	5 – 12
5.14	<i>Rotate Component Matrix^a</i> Data ‘Sikap Pribadi’	5 – 13
5.15	Penamaan Faktor-Faktor Data Sikap Mahasiswa Umum	5 – 14
5.16	Penamaan Faktor-Faktor Data Sikap Pribadi	5 – 16
5.17	Faktor dan Variabel Hasil Analisis Faktor Data Sikap Mahasiswa Umum	5 – 17
5.18	Faktor dan Variabel Hasil Analisis Faktor Data Sikap Pribadi	5 – 18

5.19	Jawaban Pemrioritas Kekristenan Terhadap Sikap Pribadi	5 – 19
5.20	Jawaban Pemrioritas Kekristenan Faktor Sikap Pribadi	5 – 19
5.21	Perbandingan Frekuensi Jawaban ‘Pemrioritas Keristenan’ dengan ‘Bukan Pemrioritas Kekristenan’	5 – 22
5.22	Perbandingan Persentase Frekuensi Jawaban ‘Pemrioritas Keristenan’ dengan ‘Bukan Pemrioritas Kekristenan’	5 – 22
5.23	Variabel Jendela Johari	5 – 24
5.24	Variabel Jendela Terbuka	5 – 25
5.25	Uji Hipotesis	5 – 27
5.26	Variabel Tidak Berbeda Signifikan	5 – 28
5.27	Variabel Dengan Perbedaan Signifikan	5 – 28

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Cakupan Budaya Perusahaan	2 – 4
2.2	Jendela Johari	2 – 14
2.2	Jenis-Jenis Penelitian	2 – 25
3.1	<i>Flow Chart</i> Metodologi Penelitian	3 – 1
3.2	Model Konseptual Penelitian	3 – 6
3.3	Model Industri Proses Pembentukan Nilai Kekristenan UKM	3 – 8
4.1	Struktur Organisasi UKM	4 – 6
4.2	Nilai Termial Kristiani UKM	4 – 7
4.3	Pengembangan Nilai Termial Kristiani UKM	4 – 12
5.1	Grafik <i>Scree Plot</i> Data ‘Sikap Mahasiswa Umum’	5 – 11
5.2	Grafik <i>Scree Plot</i> Data ‘Sikap Pribadi’	5 – 11

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	
	Kuesioner Mahasiswa	L1-1
	Kuesioner Manajemen.....	L1-7
	Populasi Mahasiswa	L1-12
	Populasi Manajemen	L1-13
2	Data Mentah Kuesioner Mahasiswa	
	Bagian I	L2-1
	Bagian II.....	L2-4
	Data Mentah Kuesioner Manajemen.....	L2-20
	Karakteristik Responden	L2-21
	Konversi Data Interval Mahasiswa bagian II.....	L2-24
3	Hasil Uji SPSS:	
	Validitas dan Reliabilitas ‘Sikap Mahasiswa Umum’	L3-1
	Validitas dan Reliabilitas ‘Sikap Pribadi’	L3-2
	Analisis Faktor ‘Sikap Mahasiswa Umum’	L3-3
	Analisis Faktor ‘Sikap Pribadi’	L3-8
4	Tabel Statistik	
	<i>r Product Moment</i>	L5-1
	Tabel Distribusi Z.....	L5-2