

dilakukan dengan mendasarkan *purposive sampling*. Adapun sampel dalam hal ini diambil dengan mengacu pada kriteria: kehadiran mahasiswa mengikuti praktikum 80% dan datanya lengkap.

Titik awal untuk memahami perilaku mahasiswa adalah model rangsangan-tanggapan. Rangsangan berupa rangsangan pemasaran dan rangsangan lainnya, oleh mahasiswa rangsangan akan di-tanggapi dengan perilaku tertentu. Dalam hal ini psikologi responden juga ikut berperan membentuk perilaku. Faktor Psikologis mencakup dimensi-dimensi Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, dan Memori. Faktor Rangsangan mencakup dimensi-dimensi Informasi praktikum pasar modal, Dosen pengampu, Metode pembelajaran, dan Sarana praktik (*hardware & software*). Faktor Perilaku (tanggapan) mencakup dimensi-dimensi berupa Pemahaman terhadap materi praktikum, Kemampuan menyelesaikan tugas, Kecepatan menyelesaikan tugas, Partisipasi aktif mahasiswa, dan Keberlanjutan.

Analisis dilakukan dengan memberikan gambaran karakteristik responden maupun gambaran variabel penelitian. Selanjutnya untuk mengetahui perbedaan perilaku mahasiswa prodi manajemen pada bidang minat keuangan dan non keuangan pada praktikum pasar modal dilakukan pengujian dengan *independent sample t test*.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana perilaku mahasiswa bidang minat keuangan dan non keuangan pada praktikum pasar modal dan apakah ada perbedaan perilaku mahasiswa bidang minat keuangan dan non keuangan pada praktikum pasar modal. Untuk mencapai tujuan tersebut berikut ini adalah hasil penelitian yang berupa karakteristik responden sehingga dapat diketahui perilaku mahasiswa bidang minat keuangan dan non keuangan pada praktikum pasar modal.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Jenis kelamin	Jumlah	
	Mahasiswa	Prosentase
L	43	54%
P	37	46%
Jumlah	80	100%
Angkatan		
2007	30	38%
2008	50	63%
Jumlah	80	100%
Umur		
< 23 th	65	81%