

BAB II

LANDASAN TEORI

Dalam usaha memasarkan suatu produk, manajer pemasaran harus memahami, mempelajari dan menganalisis perilaku konsumen yang dituju, sehingga diperoleh pandangan yang lebih mendalam tentang konsumennya dan dapat menilai kembali kebutuhan mereka serta menanggapi dengan cepat kebutuhan tersebut.

Sebelum dianalisis, perlu dipikirkan dulu : siapa konsumen yang dituju, apa yang menjadi keinginan mereka, faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku mereka, bagaimana terjadinya proses pembelian, bagaimana reaksi setelah dilayani.

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta (1988)¹, adalah proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik perorangan yang dilakukan dalam mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan atau menolak suatu barang atau jasa.

Menurut Basu Swastha dan T. Hani Handoko (1987), perilaku konsumen adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk didalamnya proses pengambilan

¹David L.Loudon and Albert J. Della Bitta, **Consumer Behavior - Concepts and Application**, Third Edition, Mc. Graw Hill, Inc., New York, 1988, p.8.

keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.²

Menurut Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk (1991)³, adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menolak produk, jasa dan ide yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka.

2.1.2. Faktor-Faktor Perilaku Konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dibedakan menjadi dua faktor sebagai berikut :

A. Faktor Internal

Adalah faktor-faktor psikologis yang berasal dari proses dalam diri individu, yang mana sangat mempengaruhi perilakunya.

B. Faktor Eksternal

Adalah faktor-faktor yang terjadi dari lingkungan individu.

2.1.3. Faktor-Faktor Internal Perilaku Konsumen

Faktor-faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen yang akan diteliti oleh penulis berkaitan dengan problematik yang dihadapi oleh perusahaan meliputi :

² Basu Swastha dan T. Hani Handoko, **Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen**, Liberty, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, Yogyakarta, 1987, hal. 26

³ Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, **Consumer Behavior**, Fourth dition, Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1991, p.5.

A. Motivasi

Motivasi adalah kekuatan pendorong dalam diri individu yang memaksanya untuk melakukan suatu aksi.⁴

B. Persepsi

Persepsi adalah salah satu faktor psikologis yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Persepsi perlu diketahui dan dianalisis karena setiap orang mempunyai persepsi yang berbeda-beda terhadap situasi yang sama. Hal ini disebabkan karena arus informasi tersebut melalui satu atau lebih panca indera manusia (pendengaran, penglihatan, pembauan, sentuhan dan rasa), dimana setiap orang memperhatikan, menata, menafsirkan informasi indera tersebut dengan cara yang bersifat individual.

C. Sikap

Maksudnya sikap adalah kecenderungan yang diperoleh dari hasil belajar dengan maksud menyenangkan atau tidak menyenangkan secara konsisten terhadap suatu obyek atau ide yang ditawarkan.⁵

D. Belajar

Belajar adalah proses dimana individu mendapatkan pengetahuan dan pengalaman tentang pembelian dan mengkonsumsi yang berkenaan dengan perilakunya di masa yang akan datang. Melalui proses belajar perilaku seseorang dapat berubah.⁶

⁴Ibid, p.69.

⁵Ibid., p. 227

⁶Ibid., p.192

2.1.4. Faktor-Faktor Eksternal Perilaku Konsumen

Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen meliputi :

A. Proses Kepemimpinan Pendapat

Menurut Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk (1991)⁷, adalah proses dimana seseorang (pemimpin pendapat) secara informal mempengaruhi sikap atau perilaku orang lain, yang mungkin seorang pencari pendapat atau hanya penerima pendapat.

B. Keluarga

Maksudnya dalam pengertian dinamis, keluarga adalah anggota kelas sosial yang tinggal bersama dan berinteraksi untuk memuaskan kebutuhan pribadi dan bersama.⁸ Keluarga mempunyai empat fungsi yaitu : kesejahteraan ekonomi, dukungan emosi, gaya hidup yang sesuai dan sosialisasi anggota keluarga.

2.2. Hipotesis Kerja

Dengan melakukan analisis terhadap faktor-faktor perilaku konsumen Primadona Mobil di Jember, maka hipotesis kerja yang diajukan adalah :

Motivasi :

- a. Apakah faktor motivasi pada kategori harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas

⁷ Ibid, p. 486.

⁸ Ibid, p.334.

produk, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

- b. Apakah faktor motivasi pada kategori kualitas mobil bekas yang dijual baik, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori kualitas mobil bekas yang dijual baik, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori kualitas mobil bekas yang dijual baik, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori kualitas mobil bekas yang dijual baik, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

- c. Apakah faktor motivasi pada kategori mobil bekas yang dijual bervariasi, ada

interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori mobil bekas yang dijual bervariasi, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori mobil bekas yang dijual bervariasi, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori mobil bekas yang dijual bervariasi, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

d. Apakah faktor motivasi pada kategori layanan yang diberikan memuaskan, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori layanan yang diberikan memuaskan, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori layanan yang diberikan memuaskan, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori layanan yang diberikan memuaskan, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

e. Apakah faktor motivasi pada kategori keabsahan surat-surat mobil dapat dipertanggungjawabkan, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori

lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori keabsahan surat-surat mobil dapat dipertanggungjawabkan, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori keabsahan surat-surat mobil dapat dipertanggungjawabkan, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori keabsahan surat-surat mobil dapat dipertanggungjawabkan, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

- f. Apakah faktor motivasi pada kategori perolehan/pengurusan surat-surat mobil tidak rumit, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori perolehan/pengurusan surat-surat mobil tidak rumit, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori perolehan/pengurusan surat-surat mobil tidak rumit, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori perolehan/pengurusan surat-surat mobil tidak rumit, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

g. Apakah faktor motivasi pada kategori lokasi showroom mudah dicapai, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori lokasi showroom mudah dicapai, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori lokasi showroom mudah dicapai, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor motivasi pada kategori lokasi showroom mudah dicapai, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

Persepsi :

a. Apakah faktor persepsi pada kategori kualitas mobil bekas yang dijual baik, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor persepsi pada kategori kualitas mobil bekas yang dijual baik, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor persepsi pada kategori kualitas mobil bekas yang dijual baik, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor persepsi pada kategori kualitas mobil bekas yang dijual baik, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

- b. Apakah faktor persepsi pada kategori layanan cepat, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor persepsi pada kategori layanan cepat, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor persepsi pada kategori layanan cepat, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor persepsi pada kategori layanan cepat, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

- c. Apakah faktor persepsi pada proses kreditnya cepat, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor persepsi pada proses kreditnya cepat, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor persepsi pada proses kreditnya cepat, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor persepsi pada proses kreditnya cepat, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

- d. Apakah faktor persepsi pada Primadona Mobil menanggapi keluhan konsumen dengan baik, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor persepsi pada Primadona Mobil menanggapi keluhan konsumen dengan baik, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai

satu setengah juta.

Apakah faktor persepsi pada Primadona Mobil menanggapi keluhan konsumen dengan baik, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor persepsi pada Primadona Mobil menanggapi keluhan konsumen dengan baik, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

- e. Apakah faktor persepsi pada ruang tunggu nyaman, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor persepsi pada ruang tunggu nyaman, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor persepsi pada ruang tunggu nyaman, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor persepsi pada ruang tunggu nyaman, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

- f. Apakah faktor persepsi pada petugas Primadona Mobil ramah, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor persepsi pada petugas Primadona Mobil ramah, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor persepsi pada petugas Primadona Mobil ramah, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor persepsi pada petugas Primadona Mobil ramah, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

Sikap :

- a. Apakah faktor sikap pada kategori harga mobil bekas bersaing, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor sikap pada kategori harga mobil bekas bersaing, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor sikap pada kategori harga mobil bekas bersaing, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor sikap pada kategori harga mobil bekas bersaing, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

- b. Apakah faktor sikap pada kategori informasi mengenai kondisi mobil bekas sesuai kenyataan, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor sikap pada kategori informasi mengenai kondisi mobil bekas sesuai kenyataan, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor sikap pada kategori informasi mengenai kondisi mobil bekas sesuai kenyataan, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor sikap pada kategori informasi mengenai kondisi mobil bekas sesuai kenyataan, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

- c. Apakah faktor sikap pada kategori ketepatan Primadona Mobil memenuhi janji, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor sikap pada kategori ketepatan Primadona Mobil memenuhi janji, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor sikap pada kategori ketepatan Primadona Mobil memenuhi janji, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor sikap pada kategori ketepatan Primadona Mobil memenuhi janji, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

- d. Apakah faktor sikap pada kategori bunga kredit murah, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor sikap pada kategori bunga kredit murah, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor sikap pada kategori bunga kredit murah, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor sikap pada kategori bunga kredit murah, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

- e. Apakah faktor sikap pada kategori layanan purna jual memuaskan, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor sikap pada kategori layanan purna jual memuaskan, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor sikap pada kategori layanan purna jual memuaskan, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor sikap pada kategori layanan purna jual memuaskan, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

- f. Apakah faktor sikap pada kategori anda merasa senang membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor sikap pada kategori anda merasa senang membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor sikap pada kategori anda merasa senang membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor sikap pada kategori anda merasa senang membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

- g. Apakah faktor sikap pada kategori anda terbiasa membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor sikap pada kategori anda terbiasa membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor sikap pada kategori anda terbiasa membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor sikap pada kategori anda terbiasa membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

- h. Apakah faktor sikap pada kategori anda cenderung membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor sikap pada kategori anda cenderung membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor sikap pada kategori anda cenderung membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor sikap pada kategori anda cenderung membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

Belajar :

- a. Apakah faktor belajar pada kategori anda merasa puas membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu

juta.

Apakah faktor belajar pada kategori anda merasa puas membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor belajar pada kategori anda merasa puas membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor belajar pada kategori anda merasa puas membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

b. Apakah faktor belajar pada kategori anda merasa aman membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor belajar pada kategori anda merasa aman membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor belajar pada kategori anda merasa aman membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor belajar pada kategori anda merasa aman membeli di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

c. Apakah faktor belajar pada kategori anda lebih setia kepada Primadona Mobil, ada

interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor belajar pada kategori anda lebih setia kepada Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor belajar pada kategori anda lebih setia kepada Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor belajar pada kategori anda lebih setia kepada Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

Keluarga :

- a. Apakah faktor keluarga pada kategori suami memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor keluarga pada kategori suami memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor keluarga pada kategori suami memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor keluarga pada kategori suami memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

- b. Apakah faktor keluarga pada kategori istri memberikan pengaruh yang sangat kuat

terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor keluarga pada kategori istri memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor keluarga pada kategori istri memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor keluarga pada kategori istri memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

c. Apakah faktor keluarga pada kategori anak-anak memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor keluarga pada kategori anak-anak memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor keluarga pada kategori anak-anak memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor keluarga pada kategori anak-anak memberikan pengaruh yang

sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

Proses Kepemimpinan Pendapat :

- a. Apakah faktor proses kepemimpinan pendapat pada kategori teknisi bengkel memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor proses kepemimpinan pendapat pada kategori teknisi bengkel memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor proses kepemimpinan pendapat pada kategori teknisi bengkel memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor proses kepemimpinan pendapat pada kategori teknisi bengkel memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

- b. Apakah faktor proses kepemimpinan pendapat pada kategori seorang yang memiliki pengetahuan tentang mobil bekas memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap

pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor proses kepemimpinan pendapat pada kategori seorang yang memiliki pengetahuan tentang mobil bekas memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta sampai satu setengah juta.

Apakah faktor proses kepemimpinan pendapat pada kategori seorang yang memiliki pengetahuan tentang mobil bekas memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori satu juta setengah sampai dua juta.

Apakah faktor proses kepemimpinan pendapat pada kategori seorang yang memiliki pengetahuan tentang mobil bekas memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

- c. Apakah faktor proses kepemimpinan pendapat pada kategori orang yang pernah beli di Primadona memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor proses kepemimpinan pendapat pada kategori orang yang pernah beli di Primadona memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada

kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor proses kepemimpinan pendapat pada kategori orang yang pernah beli di Primadona memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih kecil dari satu juta.

Apakah faktor proses kepemimpinan pendapat pada kategori orang yang pernah beli di Primadona memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pembelian mobil bekas di Primadona Mobil, ada interaksi dengan faktor penghasilan pada kategori lebih besar dua juta.

2.3. Model Log Linier

Ada berbagai teknik untuk menganalisis data yang bersifat kualitatif yaitu data yang diperoleh bukan dari hasil pengukuran melainkan berupa frekuensi data suatu variabel yang bersifat kategori, sedangkan untuk menyelesaikan tugas akhir ini teknik yang dipakai adalah model log linier. Model log linier merupakan analisis data kualitatif yang disajikan dalam daftar kontingensi dalam melukiskan hubungan antara variabel kualitatif disebut interaksi.

2.3.1. Kontingensi Berdimensi Dua

Daftar kontingensi berdimensi dua adalah daftar yang mencatat data karena kategori-kategori dua buah faktor yaitu faktor I dan faktor II.

Faktor I sebagai faktor baris terdiri dari b kategori (b buah baris), sedangkan faktor II sebagai faktor kolom terdiri dari k kategori (k buah kolom).

STIKOM SURABAYA

Tabel 2.1. Daftar Kontingensi $b \times k^9$

	Kat 1	Kat 2	...	Kat j	...	Kat k	Jumlah
Kat 1	n_{11}	n_{12}	...			n_{1k}	n_{10}
Kat 2	n_{21}	n_{22}	...			n_{2k}	n_{20}
...							...
Kat i			n_{ij}				n_{i0}
...							...
Kat b	n_{b1}	n_{b2}	...	n_{bj}		n_{bk}	n_{b0}
Jumlah	n_{01}	n_{02}	...	n_{0j}	...	n_{0k}	$n_{00}=0$

Pada tabel terdiri dari dua buah faktor atau variabel sehingga dalam hal ini berhadapan dengan interaksi order pertama antara faktor I dan faktor II, maka terjadi kondisi kedua faktor tersebut independent apabila interaksi order pertama ini tidak terjadi. Dari tabel tersebut timbul rumus-rumus sebagai berikut :

$$\ln F_{ij} = U + U_{1(i)} + U_{2(j)}$$

Keterangan :

U menunjukkan efek rata-rata secara umum

$$U = \frac{\sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^b \ln F_{ij}}{b k}$$

⁹ Sudjana, Teknik Analisis Data Kualitatif, Edisi pertama, Tarsito., Bandung, 1990, p.155.

$U_{1(i)}$ menunjukkan efek utama kategori ke i variabel (faktor) I

$$U_{1(i)} = \frac{\sum_{j=1}^k \ln F_{ij}}{k} - \frac{\sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^b \ln F_{ij}}{bk}$$

$U_{2(j)}$ menunjukkan efek utama kategori ke j variabel (faktor) II

$$U_{2(j)} = \frac{\sum_{i=1}^b \ln F_{ij}}{b} - \frac{\sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^b \ln F_{ij}}{bk}$$

Untuk $U_{1(0)}$ dan $U_{2(0)}$ berlaku :

$$\begin{aligned} U_{1(0)} &= \sum_{i=1}^b U_{1(i)} = 0 \\ U_{2(0)} &= \sum_{j=1}^k U_{2(j)} = 0 \end{aligned}$$

Dari rumus $\ln F_{ij} = U + U_{1(i)} + U_{2(j)}$ diketahui bahwa dari frekuensi teoritis dalam sel (i,j) sama dengan jumlah dari efek rata-rata umum, efek utama kategori ke I faktor I dan efek utama kategori ke j faktor II dan sifat ini berlaku apabila faktor I dan faktor II independen.¹⁰ Jika faktor I dan faktor II tidak independen, jadi ada interaksi order pertama antara faktor I dan faktor II, maka

$$\ln F_{ij} = U + U_{1(i)} + U_{2(j)}$$

¹⁰ Sudjana, **Teknik Analisis Data Kualitatif**, Edisi pertama, Tarsito., Bandung, 1990, p.158.

berubah menjadi :

$$\ln F_{ij} = U + U_{1(i)} + U_{2(j)} + U_{12(ij)}$$

dengan lambang $U_{12(ij)}$ menyatakan efek interaksi antara kategori ke I faktor I dan kategori faktor II.

Untuk efek interaksi ini berlaku hubungan :

$$\begin{aligned} U_{12(i0)} &= \sum_{j=1}^k U_{12(ij)} = 0 \\ U_{12(0j)} &= \sum_{i=1}^b U_{12(ij)} = 0 \end{aligned}$$

Dengan adanya suku interaksi ini, maka untuk menguji hipotesis independen antara faktor I dan faktor II dilakukan dengan menguji pasangan H_0 dan H_1 sebagai berikut :

$$\begin{aligned} H_0 : U_{12(ij)} &= 0 \\ H_1 : U_{12(ij)} &\neq 0 \end{aligned}$$

Untuk semua i dan j.

2.3.2. Kontingensi Berdimensi Tiga

Berdasarkan kontingensi berdimensi dua, maka kontingensi yang berdimensi tiga adalah :

$$\begin{aligned} \ln F_{ij} = U &+ U_{1(p)} + U_{2(q)} + U_{3(r)} + U_{12(pq)} + U_{13(pr)} \\ &+ U_{23(qr)} + U_{123(pqr)} \end{aligned}$$

Keterangan :

- U = efek rata-rata secara keseluruhan
 U1(p) = efek utama kategori ke p faktor I
 U2(q) = efek utama kategori ke q faktor II
 U3(r) = efek utama kategori ke r faktor III
 U12(pq) = efek interaksi antara kategori ke p faktor I dan kategori ke q faktor II
 U13(pr) = efek interaksi antara kategori ke p faktor I dan kategori ke r faktor III
 U23(qr) = efek interaksi antara kategori ke q faktor II dan kategori ke r faktor III
 U123(pqr) = efek interaksi antara kategori ke p faktor I, kategori ke q faktor II dan kategori ke r faktor III

$$H_0 : U_{12(pq)} = 0, U_{13(pr)} = 0, U_{23(qr)} = 0, U_{123(pqr)} = 0$$

untuk semua p, q dan r

Apabila H_0 benar maka faktor-faktor I, II dan III ketiga-tiganya saling independen, berarti tidak ada interaksi antara order pertama maupun dan tidak ada pula terjadi interaksi order dua.¹¹

2.4. Uji Hipotesis Dalam Daftar Kontingensi Dua Dimensi¹²

Secara umum, data hasil pengamatan yang melibatkan dua faktor atau atribut, atribut satu dibagi menjadi b kategori dan atribut dua menjadi k kategori, dapat disajikan dalam daftar kontingensi $b \times k$ seperti berikut.

Tabel 2.2. Daftar kontingensi $b \times k$

¹¹ Sudjana, **Teknik Analisis Data Kualitatif**, Edisi pertama, Tarsito., Bandung, 1990, p.160.

¹² Sudjana, **Teknik Analisis Data Kualitatif**, Edisi pertama, Tarsito., Bandung, 1990, p.108.

Faktor	Kat 1	Kat 2	Kat k	Jumlah
Kat 1	n_{11}	n_{12}	n_{1k}	n_{10}
Kat 2	n_{21}	n_{22}	n_{2k}	n_{20}
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
Kat b	n_{b1}	n_{b2}	n_{bk}	n_{b0}
Jumlah	n_{01}	n_{02}	n_{0k}	$n = n_{00}$

Daftar di atas terdiri atas b baris (dari b kategori faktor I) dan k kolom (dari k kategori faktor II) sehingga semuanya ada $(b \times k)$ buah sel. Sel yang dibentuk baris ke i dan kolom ke j , sel (i, j) , mempunyai frekuensi atau banyaknya data pengamatan sebesar n_{ij} . Jumlah frekuensi baris ke i adalah n_{i0} sehingga ini berarti $n_{i0} = n_{i1} + n_{i2} + \dots + n_{ik}$. Demikian pula jumlah frekuensi kolom ke j diberi lambang n_{0j} sehingga $n_{0j} = n_{1j} + n_{2j} + \dots + n_{bj}$.

Frekuensi seluruh pengamatan, atau ukuran sampel, adalah $n = n_{00} = n_{01} + n_{02} + \dots + n_{0k} = n_{10} + n_{20} + \dots + n_{b0}$.

Berdasarkan data dalam daftar kontingensi $b \times k$ ini, diajukan hipotesis nol (H_0) melawan hipotesis tandingan (H_1) untuk diuji. Pasangan H_0 dan H_1 adalah

H_0 : faktor I dan faktor II independen

H_1 : faktor I dan faktor II dependen.

Sejalan dengan penjelasan menguji H_0 melawan H_1 menggunakan daftar kontingensi

2x2, perlu dicari ekspektasi frekuensi tiap sel, ialah $E(n_{ij})$ berlaku rumus sebagai

berikut : $E(n_{ij}) = n_{i0} n_{0j} / n$ selanjutnya bentuk statistik χ^2 dengan rumus sebagai

$$\text{berikut : } \chi^2 = n \left(\frac{1}{n_{10}} \sum \frac{n_{ij}^2}{n_{0j}} + \frac{1}{n_{20}} \sum \frac{n_{2j}^2}{n_{0j}} + \dots + \frac{1}{n_{b0}} \sum \frac{n_{bj}^2}{n_{0j}} - 1 \right)$$

Jika H_0 benar, maka statistik χ^2 ini mendekati distribusi di kuadrat dengan derajat kebebasan $dk = (b-1)(k-1)$.

2.5. Pemanfaatan program aplikasi Fox Pro 2.5 untuk mengolah array

Untuk proses pengolahan data dengan model log linier secara manual memakan waktu yang tidak sedikit dan tingkat kebenarannya kurang terjamin, maka alternatif yang dapat dipakai adalah dengan bantuan program komputer. Pada tugas akhir ini memakai program aplikasi Foxpro 2.5, dimana dapat mempermudah dalam menerapkan algorithm model log linier pada program, dengan pertimbangan sebagai berikut :

1. Model log linier membutuhkan proses loop panjang yang biasanya dilakukan di memory, sedangkan proses loop pada memory perlu memperhatikan beberapa hal yang rumit. Penerapan pada program aplikasi Foxpro dengan memakai kemampuan data base sebagai gantinya memory.
2. Fungsi-fungsi yang ada pada Foxpro amat mendukung dan mempermudah dalam pemrograman.

Cuplikan pengetahuan dasar yang ada pada Foxpro sebagai berikut¹³ :

Dalam arsitektur FoxPro, setiap jendela bertindak sebagai sarana I/O seperti entri data, browse dan editing program. Jendela dapat diubah ukurannya, dizoom dan diperkecil. Beberapa operasi dalam WINDOWS dan MS-DOS berbeda. Dalam MS-DOS dapat meletakkan jendela di kanan bawah layar dan tidak berlaku pada Windows.

Interface yang dikendalikan event dalam FoxPro memungkinkan mendesain, mendebug, dan mengatur aplikasi dengan sarana yang dikendalikan mouse atau kotak dialog yang dapat ditampilkan dalam beberapa jendela sekaligus. Misalnya menampilkan 10 jendela editing, 5 jendela brows, dan 2 jendela Screen Builder. Lalu dapat memilihnya dengan mouse atau keyboard.

FoxPro juga memungkinkan untuk mengembangkan aplikasi yang dikendalikan event yang bertindak sebagai pengembangan FoxPro, lengkap dengan beberapa jendela output, tombol pilihan, tombol radio, menu popup, kotak teks, dan kotak dialog. User dapat mengoperasikan aplikasi dengan mouse atau keyboard jika perlu.

Untuk mempermudah mengembangkan aplikasi yang dikendalikan event FoxPro 2.5 memakai metodologi pengembangan inovasi berbasis sarana pemrograman visual. Screen builder FoxPro dapat membuat formulir dan kotak dialog dengan meletakkan objek di lembar kerja. Dengan setiap layar dan setiap objek layar, dapat mengasosiasikan kode FoxPro yang mendefinisikan operasi objek.

¹³ David, **Panduan Lengkap Belajar FOXPRO 2.5**, Edisi Kedua, Dinastindo., Jakarta, 1995, p.6.

Dengan pendekatan ini, Fox Software pertama dan Microsoft sekarang, telah mengatasi masalah pembuatan kode klasik tentang cara modifikasi aplikasi yang dibuat. Dengan pembuatan kode tipikal, dapat membuat spesifikasi dengan mengisi blank dan menggambar objek layar yang selanjutnya dianalisa dan dibuat dalam satu proses. Spesifikasi akan masuk dan kode sumber akan keluar.

Masalah pembuatan kode terbatas kemampuannya. Bahasa pemrograman sendiri lebih lengkap fasilitas dan kemampuannya daripada sarana penspesifikasi yang levelnya lebih tinggi. Masalahnya, jika langsung memodifikasi kode sumber yang dibuat, maka tidak dapat lagi memakai sarana yang levelnya lebih tinggi tanpa menindih modifikasi awal.