

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Jalan Mayjen Haryono Nomor 163 Malang. Lokasi penelitian dibatasi oleh:

Utara: Jalan M.T. Haryono

Selatan: Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang

Timur: *Guest House* Universitas Brawijaya Malang

Barat: Fakultas Teknik Universitas Brawijaya Malang

Pemaparan lebih lanjut mengenai gambaran umum lokasi penelitian sebagai berikut:

##### 1. Sejarah Fakultas Ilmu Administrasi

Sejarah Fakultas Ilmu Administrasi tidak dapat dipisahkan dari sejarah Universitas Brawijaya, karena berada di bawah naungannya. Universitas Brawijaya yang berkedudukan di Kota Malang, Jawa Timur, didirikan pada tanggal 5 Januari 1963 dengan Surat Keputusan Menteri PTIP RI Nomor: 1 tahun 1963, kemudian dikukuhkan dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor: 196 tahun 1963 tertanggal 23 September 1963.

Fakultas Administrasi Niaga (FAN) yang didirikan pada tanggal 15 September 1960 merupakan embrio dari Fakultas Ilmu Administrasi. Pimpinan Fakultas Administrasi Niaga (FAN) adalah Drs. Soejekti Djajadiatma selaku

Dekan dan Drs. Suparni Pamudji selaku Sekretaris. Keduanya dosen Akademi Pemerintahan Dalam Negeri (APDN) Malang. Pada tanggal 11 Juli 1961 menjadi Universitas Brawijaya dengan 4 fakultas: FHPM, FE, FAN, dan FP. Pimpinan Fakultas diserahkan kepada Drs. Ruspana, dosen tetap APDN Malang pada tahun 1961 karena Drs Soejekti ke AS.

Pada tanggal 30 September 1962, Fakultas Administrasi Niaga diubah namanya menjadi Fakultas Ketatanegaraan dan Ketataniagaan (FKK), untuk menyesuaikan diri dengan Undang-Undang Perguruan Tinggi Nomor 22 tahun 1961. Fakultas Ketatanegaraan dan Ketataniagaan Universitas Brawijaya mempunyai dua jurusan yaitu Jurusan Administrasi Negara (*Public Administration*) dan Jurusan Administrasi Niaga (*Business Administration*). Dengan Surat Keputusan Menteri PTIP RI Nomor 97 tahun 1963 Fakultas Ketatanegaraan dan Ketataniagaan di Kediri, terhitung sejak tanggal 15 Agustus 1963 sebagai cabang Fakultas Ketatanegaraan dan Ketataniagaan Universitas Brawijaya. Dalam perkembangan selanjutnya, cabang Kediri akhirnya dilebur dan dipindahkan ke Malang.

Universitas Brawijaya makin berkembang terus, sementara situasi semakin memburuk dan mencapai klimaksnya pada pemberontakan G.30 S/PKI. Seluruh perguruan tinggi bergolak, termasuk Universitas Brawijaya hingga aktivitas terhenti secara total pada tanggal 2 April 1966. Untuk mengatasi keadaan itu, PU Pepelrada/Komandan Korem 083 dengan Surat Keputusan Nomor 021/IV/66 menetapkan pimpinan Universitas Brawijaya berupa sebuah Presidium, di samping juga menetapkan *Care Taker* Dekan di fakultas-fakultas. Keputusan ini

kemudian disahkan oleh Deputi Menteri PTIP RI dengan Surat Keputusan Nomor 4358 tahun 1966. Presidium mulai bekerja dan membuka kembali Universitas Brawijaya pada tanggal 12 April 1966. Pimpinan di Fakultas Ketatanegaraan dan Ketataniagaan (FKK) Universitas Brawijaya sebagai *Care Taker* dijabat oleh Drs. David Jats, M.A. hingga tanggal 16 September 1966.

Setelah tanggal tersebut, pimpinan Fakultas Ketatanegaraan dan Ketataniagaan (FKK) Universitas Brawijaya dijabat dengan susunan sebagai berikut Dekan, Drs. Soejekti Djajadiatma, M.S.P.A.; Pembantu Dekan I, Drs. Zamhir Islamy; Pembantu Dekan II, Drs. Ganda Sufrihat; dan Pembantu Dekan III, Drs. Niam Sovie. Tahun 1971 dalam usaha untuk menyesuaikan dengan tuntutan keadaan, maka Senat Fakultas memandang perlu untuk mengadakan reorganisasi pimpinan Fakultas Ketatanegaraan dan Ketataniagaan (FKK) Universitas Brawijaya dengan susunan sebagai berikut, Dekan, Drs. Soejekti Djajadiatma, M.S.P.A.; Pembantu Dekan I, Drs. Taher Alhabsji; Pembantu Dekan II, Drs. Zainal Arifin Achmady dan Pembantu Dekan III, Drs. Timotius Hartono.

Tahun 1976 berdasarkan perkembangan yang ada, dibuka Spesialisasi Administrasi Pemerintahan Daerah pada Jurusan Administrasi Negara dan Spesialisasi Akuntansi/Accounting pada Jurusan Administrasi Niaga. Spesialisasi Akuntansi akhirnya dibekukan karena adanya hambatan yuridis. Selanjutnya tahun 1978–1982 yang menjadi pimpinan fakultas sebagai berikut: Dekan Drs. Taher Alhabsji; Pembantu Dekan I Drs. Moch. Ichsan; Pembantu Dekan II Drs. Abdul Rachman Soendjoto; Pembantu Dekan III Drs. M. Irfan Islamy dan Pembantu Dekan IV Drs. Ismani HP.

Pada tahun 1979 dibuka Program Diploma III Kesekretariatan, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan tenaga sekretaris yang terampil dan profesional, dan baru pada tahun 1982 memperoleh pengesahan melalui Surat Keputusan Dirjen Dikti Depdikbud RI Nomor 052/DI/Kep/1982. Sebagai Ketua Program adalah Drs. Niam Sovie. Dalam perkembangan selanjutnya sebagai Ketua Program Studi adalah Drs. Saiful Bahri, dan selanjutnya digantikan oleh Drs. AFX. Marsudi, berikutnya digantikan oleh Drs. Achmad Sapari dan tahun 1999 berdasarkan SK Rektor No: 147/SK/1999 ditetapkan Dra. Fransisca Yaningwati M.Si, selaku Ketua Program Studi sampai tahun 2003 yang selanjutnya digantikan oleh Drs Rustam Hidayat, dengan SK Rektor No: 225/SK/2003. Namun pada tahun 2007 Drs. Rustam Hidayat, M.Si menjabat selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis dan sebagai PLH adalah Dra. Zahroh, M.Si.

Pada tahun 1982–1985 pimpinan fakultas sebagai berikut: Dekan Drs. Taher Alhabsji, Pembantu Dekan I, Drs. Chalim Chalil Jusuf, Pembantu Dekan II, Drs. Abdul Rachman Soendjoto, dan Pembantu Dekan III Drs. Umar Nimran, M.A. Sesuai dengan Peraturan Pemerintah RI Nomor 27 tahun 1982 tentang Penataan Fakultas pada Universitas/Institut Negeri dan Keputusan Presiden RI Nomor 59 tahun 1982 tentang susunan Organisasi Universitas Brawijaya, Fakultas Ketatanegaraan dan Ketataniagaan (FKK) diubah menjadi Fakultas Ilmu Administrasi (FIA). Perubahan nama Fakultas tersebut sesuai dengan saran pada Simposium Ilmu Administrasi yang diselenggarakan oleh Fakultas Ketatanegaraan dan Ketataniagaan Universitas Brawijaya pada tahun 1974 dan saran hasil rapat

*Konsorsium* Ilmu-ilmu sosial pada bulan Februari 1982 di Jakarta, dalam rangka lebih menggambarkan disiplin ilmu yang diemban dan untuk lebih memantapkan perkembangannya.

Pada tahun 1985–1988 susunan pimpinan fakultas yang berlaku juga untuk periode 1988–1991 sebagai berikut: Dekan Drs. Chalim Chalil Jusuf; Pembantu Dekan I Drs. Achmad Fauzi Dh.,M.A.;Pembantu Dekan II Drs. Aspan Munadi; dan Pembantu Dekan III Drs. M. Djudi Mukzam. Selanjutnya pada periode 1992–1995 dan periode tahun 1995–1999, Dekan Prof. Dr. Moch. Ichsan; Pembantu Dekan I Drs. Lukman Syamsuddin, M.A.; Pembantu Dekan II Drs. Heru Ribawanto, M.S., dan Pembantu Dekan III Drs. Tjahjanulin Domai, M.S.

Pada tahun 1981 Universitas Brawijaya merintis Program Pascasarjana bekerjasama dengan Universitas Gadjah Mada dengan Program Kegiatan Pengumpulan Kredit (KPK UGM – Unibraw) yang disahkan oleh Mendikbud RI. Berdasarkan Keputusan Dirjen Dikti Depdikbud RI Nomor 104, 105 dan 106 tahun 1993 Universitas Brawijaya telah memenuhi persyaratan untuk menyelenggarakan Program Pascasarjana dengan program studi Ekonomi Pertanian, Pengelolaan Tanah dan Air, dan Ilmu Tanaman secara mandiri. Pada tanggal 11 September 1993 bertempat di gedung Widyaloka Universitas Brawijaya Malang, Rektor UGM menyerahkan pengelolaan Program Pascasarjana KPK UGM – Unibraw kepada Rektor Universitas Brawijaya, maka nama Program Pasca KPK UGM – Unibraw diubah menjadi Program Pascasarjana Universitas Brawijaya, yang mengelola 3 Program Studi seperti tersebut di atas.

Pada tahun 1995 Program Pascasarjana membuka lagi 7 Program studi yaitu Teknologi Pasca Panen, Ilmu Ternak, Manajemen, Ilmu Administrasi, Biomedik, Biologi Molekuler Reproduksi, dan Teknik Sumberdaya Air. Pada bulan Oktober 1995, Program Studi Ilmu Administrasi Niaga mendapat Surat Keputusan Penyelenggaraannya dari Dirjen Dikti Depdikbud RI dengan Nomor 479/Dikti/Kep/95. Dalam perkembangan selanjutnya pada tahun akademik 1997/1998 telah dibuka Program Studi Ilmu Administrasi Negara dengan Surat Keputusan Dirjen Dikti Depdikbud RI Nomor 496/Dikti/Kep/1996 tanggal 16 Oktober 1996, Program Studi Ilmu Hukum dengan Surat Keputusan Dirjen Dikti Depdikbud RI Nomor 72/Dikti/Kep/1997 tanggal 7 April 1997. Berdasarkan Surat Keputusan Dirjen Dikti Depdikbud RI Nomor 208/Dikti/Kep/1997 tanggal 21 Juli 1997 diselenggarakan Program Doktor Ilmu-Ilmu Pertanian di Program Pascasarjana Universitas Brawijaya mulai tahun akademik 1997/1998.

Program Magister Ilmu Administrasi, baik Administrasi Negara maupun Niaga, berada dalam naungan Program Pascasarjana Universitas Brawijaya dengan Ketua Program Studinya Prof Dr. Moch. Ichsan. Tuntutan masyarakat yang begitu gencar akan arti penting pendidikan Magister Ilmu Administrasi yang lebih spesifik mengakibatkan Program Magister Ilmu Administrasi dikembangkan menjadi Program Magister Administrasi Negara dan Niaga. Dalam waktu yang tidak terlalu lama usulan untuk membuka program Magister Administrasi Niaga disetujui dengan keluarnya SK Dirjen Dikti Depdikbud RI No.479/Dikti/Kep/95 tentang ijin penyelenggaraan Program Magister Administrasi Niaga. Berdasarkan SK Rektor Unibraw No. 074/SK/1996 diangkatlah Prof. Dr. Bambang Swasto

Sunuharyo, M.E sebagai Ketua Program Magister untuk masa jabatan 1996–2000. Periode tahun 2000–2005 ketua program studi dijabat Prof. Dr. Moch. Ichsan dengan SK Rektor Universitas Brawijaya Nomor: 148/SK/2000. Dengan berakhirnya masa jabatan Ketua Program Studi Administrasi Niaga selanjutnya digantikan oleh Prof. Drs. Achmad Fauzi Dh., M.A., tahun 2005 sampai 2009, berdasarkan SK Rektor Universitas Brawijaya Nomor: 022/SK/2005.

Beberapa bulan kemudian setelah Program Magister Ilmu Administrasi Niaga dibuka keluarlah SK Dirjen Dikti Depdikbud RI No.496/Dikti/Kep/1996 tentang ijin penyelenggaraan Program Magister Administrasi Negara. Sebagai Ketua Program diangkatlah Drs. Solichin Abdul Wahab, MA, Ph.D untuk periode 1997–2000, dengan SK Rektor Universitas Brawijaya Nomor: 052/SK/1997. Kemudian berturut-turut dijabat oleh Prof. Drs. Ismani HP, MA. dari tahun 2000–2005 dengan SK Rektor Universitas Brawijaya Nomor: 148/SK/2000, Prof. Dr. R. Riyadi Soeprapto, MS, dari tahun 2005–2006 dengan SK Rektor Universitas Brawijaya Nomor: 022/SK/2005 dan Drs. Andy Fefta Wijaya, MDA, Ph.D, dari tahun 2006 sampai sekarang.

Pada tahun akademik 1996/1997 dibuka Program Sarjana S-1 Non Reguler (*ekstensi*) guna memberi kesempatan bagi mereka yang telah bekerja untuk menyelesaikan studi sarjana dengan kurikulum dan silabi yang sama dengan Program S-1 Reguler. Selaku Ketua Program Studi adalah Drs. Bambang Supriyono, M.Si yang selanjutnya digantikan oleh Drs. Edy Yulianto, M.P., dan berdasarkan Kep. Mendiknas RI No. 28/DIKTI/Kep/2002 maka tahun 2003 tidak ada lagi status mahasiswa Non Reguler.

Pada tahun 1997 dibuka Program D-III Pariwisata guna memenuhi kebutuhan tenaga profesional di bidang kepariwisataan. Berdasarkan SK Rektor Unibraw No: 147/SK/1999 ditetapkan sebagai Ketua Program Studi tersebut adalah Drs. I Nengah Sujana, M.Si yang selanjutnya tahun 2003, berdasarkan SK Rektor Unibraw NO: 225/SK/2003, digantikan oleh Drs. Topowiyono, M.Si.

Pada tahun 1998 dibuka Program Magister Ilmu Administrasi (MIA) guna menyiapkan sumber daya manusia yang menguasai dan terampil dalam menerapkan Ilmu Administrasi dengan pendekatan interdisiplin baik dalam Bidang Administrasi Negara maupun Niaga. Susunan pimpinan fakultas berikut ini menjabat dari tahun 1998–2001 yaitu, sebagai Dekan Drs. Lukman Syamsuddin, M.A.; Pembantu Dekan I, Drs. Kertahadi, M. Com.; Pembantu Dekan II Drs. Soewondo, M.S.; dan Pembantu Dekan III Dr. H.R. Rijadi Soeprapto, M.S. Pada tahun 2000 dibuka Program Doktor untuk Ilmu Ekonomi dan Program Biomedik, sedangkan Program Doktor Ilmu Administrasi dan Program Doktor Ilmu Hukum dibuka pada tahun 2001. Selaku Ketua Program Studi Doktor periode tahun 2001–2005 adalah Prof. Dr. M. Irfan Islamy yang selanjutnya digantikan oleh Prof. Dr. Susilo Zauhar, M.S sampai sekarang.

Pada tahun 2001–2005 dilakukan pergantian pimpinan, dengan susunan sebagai berikut, selaku Dekan adalah Drs. Kertahadi, M.Com.; Pembantu Dekan I, Dr. Sumartono, M.S., Pembantu Dekan II, Drs. Choirul Saleh, M.Si., dan Pembantu Dekan III Drs. Bambang Santoso Haryono, M.S Pada tahun 2004 dibuka Program S-2 Tailor Made (13 bulan) yang merupakan kerja sama Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya dan BAPPENAS.

Pada tahun 2005 berdasarkan Surat Keputusan Rektor Unibraw Nomor 45/SK/2005, maka susunan pimpinan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya sebagai berikut, Dekan Dr. Suhadak, M.Ec.; Pembantu Dekan I Dr. Sumartono, M.S.; Pembantu Dekan II Drs. Choirul Saleh M.Si dan Pembantu Dekan III Drs. Bambang Santoso Haryono, M.S.

Berdasarkan Keputusan Rektor Universitas Brawijaya No.030/SK/2006 tanggal 27 Februari 2006 tentang Penyelenggaraan Program Pascasarjana Universitas Brawijaya pengelolaannya dipindah dari Program Pascasarjana Universitas Brawijaya ke Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, sejak Semester Ganjil 2006/2007, September 2006. Program Magister dan Doktor telah menyelenggarakan kerjasama dengan berbagai instansi publik/privat baik di dalam maupun di luar negeri.

Dalam perkembangan berikutnya Program Magister Ilmu Administrasi Negara/Publik telah mengembangkan *Tailor Made, Double Degree Master of Public Administration (MPA)* dan Pemberdayaan Masyarakat yang bekerjasama dengan BAPPENAS dan Departemen Dalam Negeri Republik Indonesia. Untuk *Double Degree* dirintis kerjasama dengan Perguruan Tinggi di Jepang, yaitu *Takushoku University (Tokyo), Tohoku University (Tokyo), Keio University (Tokyo), Ritsumeikan University (Kyoto), Ritsumeikan Asia Pacific University-APU (Kyoto)* dan *GRIPS University (Tokyo)*, sehingga mahasiswa akan memperoleh 2 gelar sekaligus dari Fakultas Ilmu Administrasi dan Perguruan Tinggi di Jepang.

Pada tahun 2007 sampai sekarang susunan pimpinan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya terjadi pergantian pada tingkat Pembantu Dekan. Selanjutnya susunan pimpinan sebagai berikut: selaku Dekan Prof. Dr. Suhadak, M.Ec, Pembantu Dekan I Dr. Endang Siti Astuti M.Si, Pembantu Dekan II Dr. Zainul Arifin, M.S dan Pembantu Dekan III Dr. M.R. Khairul Muluk, S.Sos, M.Si.

Pada tahun 2009 susunan pimpinan FIA Universitas Brawijaya terjadi perubahan, dengan susunan sebagai berikut: Dekan Prof. Dr. Sumartono,MS, Pembantu Dekan I Dr. Bambang Supriyono,MS, Pembantu Dekan II Dr. Zainul Arifin,MS dan Pembantu Dekan III Drs. Heru Susilo, MA.

Pada tahun 2013 susunan pimpinan FIA (Fakultas Ilmu Administrasi) Universitas Brawijaya terjadi perubahan, dengan susunan sebagai berikut: Dekan Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS, Pembantu Dekan I Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS, Pembantu Dekan II Dr. Zainul Arifin, MS dan Pembantu Dekan III Drs. Heru Susilo, MA.

## **2. Visi, Misi, Dasar Dan Tujuan Pendidikan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

### **1) Visi dan Misi Fakultas Ilmu Administrasi**

#### **a. Visi**

Menjadi lembaga pendidikan ilmu administrasi yang bermutu dan diakui oleh masyarakat luas baik di dalam maupun di luar negeri.

## b. Misi

1. Meningkatkan kualitas dan kuantitas pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yang meliputi pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat;
2. Menciptakan etos ilmu administrasi di tengah masyarakat dan memperkuat posisi alumni di tengah pasar kerja;
3. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi manajemen dan pengelolaan fakultas

## 2) Dasar Pendidikan

Pendidikan Tinggi dalam lingkungan Departemen Pendidikan Nasional diatur dalam Keputusan Nomor 232/U/2000. Sesuai dengan keputusan tersebut, pendidikan akademik yang terdiri atas program sarjana, program magister dan program doktor, adalah pendidikan yang diarahkan terutama pada penguasaan ilmu pengetahuan, teknologi, dan kesenian. Pendidikan profesional adalah program pendidikan diploma yang diarahkan terutama pada kesiapan penerapan keahlian tertentu, sedangkan pendidikan profesi adalah pendidikan tambahan setelah program sarjana untuk memperoleh keahlian dan sebutan profesi dalam bidang tertentu.

## 3) Tujuan Pendidikan

### a. Program Sarjana

Program Sarjana diarahkan pada hasil lulusan yang memiliki kualifikasi sebagai berikut:

- 1) Menguasai dasar-dasar ilmiah dan ketrampilan dalam bidang keahlian tertentu sehingga mampu menemukan, memahami, menjelaskan, dan merumuskan cara penyelesaian masalah yang ada di dalam kawasan keahliannya.
- 2) Mampu menerapkan ilmu pengetahuan dan ketrampilan yang dimilikinya sesuai dengan bidang keahliannya dalam kegiatan produktif dan pelayanan kepada masyarakat dengan sikap dan perilaku yang sesuai dengan tata kehidupan bersama.
- 3) Mampu bersikap dan berperilaku dalam membawakan diri berkarya di bidang keahliannya maupun dalam berkehidupan bersama di masyarakat.
- 4) Mampu mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan/atau kesenian yang merupakan keahliannya

Tujuan program gelar Strata I (S1) adalah menghasilkan Sarjana Ilmu Administrasi yang:

1. Berjiwa Pancasila;
2. Berakhlak mulia dan memiliki integritas serta bertanggung jawab ilmiah dan sosial, baik dalam tugas-tugasnya maupun pengamalan ilmunya kepada masyarakat
3. Memiliki pengetahuan ilmiah dan teknik-teknik analisis di bidang Administrasi Negara/Publik (*Public Administration*) dan Administrasi Niaga/Bisnis (*Business Administration*) dan kepekaan terhadap masalah-masalah administrasi; dan

4. Cakap serta mampu membina dan mengembangkan Administrasi Negara/Publik (*Public Administration*) dan Administrasi Niaga/Bisnis (*Business Administration*) sebagai ilmu.

#### 4) Visi, Misi Dan Tujuan Sarjana, Fakultas Ilmu Administrasi

##### 1. Visi dan Misi Program Sarjana

###### a. Program Sarjana Ilmu Administrasi Negara/Publik

###### Visi

Menghasilkan Sarjana Administrasi Negara/Publik yang bermutu tinggi dan mampu bersaing dalam persaingan global.

###### Misi

1. Menjadikan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, baik pendidikan dan pengajaran, penelitian maupun pengabdian kepada masyarakat makin berkualitas guna merespon kebutuhan pasar nasional dan internasional.
2. Menjadikan Ilmu Administrasi Negara/Publik memiliki kualitas terbaik, di dalam maupun luar negeri.

###### Tujuan

Menghasilkan Sarjana Ilmu Administrasi Negara/Publik yang berkualifikasi sebagai berikut:

1. Peka terhadap perubahan
2. Memiliki jiwa kepemimpinan yang kuat
3. Kreatif dan inovatif
4. Memiliki integritas yang tinggi dan profesional

5. Bermoral dan beretika baik dalam kehidupan
- b. Program Sarjana Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis

#### Visi

Menjadi pusat pengembangan Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis yang dikenal secara regional dan Nasional sehingga menjadi acuan standar bagi lembaga lain yang sejenis.

#### Misi

Membangun potensi peserta didik agar mampu mengembangkan dan menerapkan Ilmu Administrasi sehingga menjadi administrator dan administrasionis yang kreatif, inovatif, dan profesional serta selalu mengadopsi perkembangan teknologi dan menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran dan tanggung jawab.

#### Tujuan

Menghasilkan Sarjana Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis, yang berkualifikasi sebagai berikut:

1. Peka terhadap perubahan
2. Memiliki jiwa kepemimpinan
3. Kreatif dan inovatif
4. Memiliki integritas, jaringan sosial dan profesional yang luas
5. Beretika yang baik dalam kehidupan

Kompetensi Sarjana Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis meliputi:

1. Memiliki kemampuan menganalisis lingkungan guna mengidentifikasi peluang dan ancaman bagi organisasi bisnis

2. Mampu merumuskan visi dan misi organisasi secara jelas
3. Mampu merumuskan tujuan dan sasaran organisasi bisnis dengan baik
4. Mampu menyusun perencanaan bisnis secara tepat dan komprehensif sesuai dengan fungsi-fungsi organisasi: operasi, keuangan, pemasaran, sumber daya manusia dan sistem informasi.

### 3. Program Studi di Fakultas Ilmu Administrasi

Dalam rangka merespon kebutuhan masyarakat dan pemerintah untuk mengisi berbagai macam posisi tekno-struktur dengan level kompetensi yang beragam, maka fakultas menawarkan beberapa macam dan jenjang program studi. Adapun macam dan jenjang program studi yang ada:

#### a. Program Sarjana (S1)

##### a. Program Studi Ilmu Administrasi Negara/Publik (*Public Administration*)

- a) Administrasi Pembangunan
- b) Administrasi Pemerintahan Daerah
- c) Administrasi Ilmu Perpustakaan

##### b. Program Studi Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis (*Business Administration*)

- a) Manajemen Keuangan
- b) Manajemen Pemasaran
- c) Manajemen Produksi/Operasi
- d) Manajemen Sistem Informasi

- e) Manajemen Sumber Daya Manusia
- f) Program Studi Perpajakan
- g) Program Studi Bisnis Internasional
- h) Program Studi Kepariwisata dan *Hospitality*

b. Program Magister Ilmu Administrasi (S-2)

1. Program Magister Ilmu Administrasi Negara/Publik (*Public Administration*)

Minat:

- a) Kebijakan Publik
- b) Manajemen Publik
- c) Administrasi Keuangan Daerah
- d) Administrasi Pemerintahan Daerah
- e) Perencanaan Pembangunan Daerah
- f) Pemberdayaan Masyarakat
- g) Kelas Internasional berbahasa Inggris terdiri dari:

- 1) *Double Degree* kerjasama Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya (*Master of Public Administration/MPA*) dengan *Takushoku University (Master of International Development/MID)*, *Ritsumeiken University (Master of Arts in International Relations/MA)*, *Ritsumeiken APU (Asia Pacific University) (Master of Science in International Cooperation Policy/M.Sc)*, *Keio University (Master of Media*

and Governance/MMG), Tohoku University (Master of Policy Science/M.P.Sc), GRIPS University (Master of Public Policy/MPP) di Jepang, Prince Sangklah University dan Burapha University Hemikal, Prince of Songkla University dan Baurapka University di Thailand.

2) Gelar Tunggal (*Single Degree*)

Program pendidikan yang hanya dilakukan disalah satu Negara dan mempunyai 1 gelar saja, baik didalam negeri maupun diluar negeri

3) *Fast Track* sebagai beasiswa S2 dari Diknas

Merupakan program pendidikan percepatan S1 ke S2 melalui jalur seleksi yang memiliki *IPK Cumloade*. Program ini diterapkan dengan dua pilihan yaitu; satu tahun dilaksanakan di Indonesia dan satu tahun di luar negeri atau studi selama dua tahun dilaksanakan di Indonesia.

2. Program Magister Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis (*Business Administration*)

Minat:

- 1) Kebijakan Bisnis
- 2) Pengembangan Sumber Daya Manusia
- 3) Pengembangan Sistem Informasi
- 4) Pengembangan Organisasi dan Kepemimpinan

- 5) Pengembangan Studi di Magister Administrasi Bisnis Terapan Profesi

c. Program Profesi Doktor Ilmu Administrasi (S-3)

Minat:

- 1) Program studi Doktor Ilmu Administrasi
- 2) Program studi Doktor Ilmu Administrasi kelas bahasa Inggris

d. Program Doktor Ilmu Administrasi Bisnis

- 1) Program Studi Doktor Ilmu Administrasi Bisnis
- 2) Program Studi Doktor Ilmu Administrasi Bisnis Kelas bahasa Inggris

## B. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang membeli dan menggunakan *BlackBerry* pada jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2010/2011 dan 2011/2012 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 102 orang mahasiswa. Penentuan sampel sejumlah tersebut diperkirakan cukup *representative* mengingat keterbatasan sumber daya yang dimiliki peneliti. Penyajian data mengenai deskripsi responden, yaitu untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri dari responden. Gambaran tentang responden yang menjadi sampel penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan tahun angkatan, jenis kelamin dan uang saku perbulan. Deskripsi umum atas karakteristik responden dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Gambaran umum responden berdasarkan tahun angkatan dapat dilihat pada

Tabel 4.1.

**Tabel 4.1 Tahun Angkatan**

Angkatan (Tahun Akademik)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
2010/2011	52	50,98%
2011/2012	50	49,02%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden dengan tahun angkatan akademik 2010/2011 sebanyak 52 orang mahasiswa (50,98%) dan responden dengan tahun angkatan akademik 2011/2012 sebanyak 50 orang mahasiswa (49,02%).

### 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (100%)
Laki-Laki	60	58,82%
Perempuan	42	41,18%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin Laki-Laki berjumlah 60 Orang (58,82%), responden yang berjenis kelamin Perempuan berjumlah 42 Orang (41,18%).

### 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan

**Tabel 4.3 Uang Saku Responden per Bulan**

Uang Saku (Rp)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Rp. 100.000-<Rp. 500.000	15	14,7
Rp. 500.000-< Rp.1.000.000	55	53,9
Rp. 1000.000-< Rp. 1.500.000	23	22,5
Rp. 1.500.000-<Rp. 2.000.000	6	5,9
≥ Rp. 2.000.000	3	3,0
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

Gambaran umum responden pada Tabel 4.3 menunjukkan distribusi responden berdasarkan uang saku per bulan. Uang saku per bulan yang dimaksud dalam tabel 5 tersebut adalah uang saku yang digunakan untuk kebutuhan konsumsi selama satu bulan, tidak termasuk uang membayar kos/kontrakan dan uang membeli buku. Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa responden yang memiliki uang saku per bulan di antara Rp. 100.000 sampai kurang dari Rp. 500.000, sebanyak 15 orang (14,7%), sebanyak 55 orang (53,9%) mempunyai uang saku per bulan di antara Rp. 500.000 sampai kurang dari Rp. 1.000.000. Ada 23 orang (22,5%) yang memiliki uang saku per bulan antara Rp. 1.000.000 sampai kurang dari Rp. 1.500.000, 6 orang (5,9%) mempunyai uang saku per bulan di antara Rp. 1.500.000 sampai kurang dari Rp. 2.000.000 dan sisanya 3 orang (3,0%) memiliki uang saku per bulan lebih dari sama dengan Rp. 2.000.000

### C. Gambaran Distribusi Jawaban Responden

Ada 29 indikator pertanyaan yang diajukan kepada responden pembeli dan pengguna *BlackBerry* di Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2010/2011 dan 2011/2012 Universitas Brawijaya Malang. Distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel-tabel sebagai berikut:

#### 1. Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi ( $X_1$ )

Dalam variabel motivasi terdapat lima indikator: Kebutuhan akan aktualisasi diri, emosional, dorongan/rangsangan, rasa ingin memiliki, kebutuhan akan sesuatu yang baru. Distribusi frekuensi variabel Motivasi dapat dilihat pada Tabel 4.4.

**Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi ( $X_1$ )**

Indikator	5		4		3		2		1		Jumlah		Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
$X_{1,1}$	6	5,88	33	32,35	30	29,41	26	25,49	7	6,86	102	100	3,05
$X_{1,2}$	11	10,78	35	34,31	7	6,86	42	41,18	7	6,86	102	100	3,01
$X_{1,3}$	5	4,90	39	38,24	25	24,51	24	23,53	9	8,82	102	100	3,07
$X_{1,4}$	6	5,88	26	25,49	23	22,55	38	37,25	9	8,82	102	100	2,82
$X_{1,5}$	17	16,67	42	41,18	18	17,65	17	16,67	8	7,84	102	100	3,42
<i>Grand Mean</i>												3,07	

Sumber: Lampiran 4

Keterangan :

$X_{1,1}$  : Kebutuhan akan aktualisasi diri

$X_{1,2}$  : Emosional

$X_{1,3}$  : Dorongan/Rangsangan

$X_{1,4}$  : Rasa ingin memiliki

$X_{1,5}$  : Kebutuhan akan sesuatu yang baru

a. Indikator Motivasi ( $X_1$ )

Hasil perhitungan pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa pada indikator Kebutuhan akan aktualisasi diri ( $X_{1,1}$ ) sebanyak 6 orang (5,88%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 33 orang (32,35%) menyatakan setuju, sebanyak 30 orang (29,41%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 26 orang (25,49%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 7 orang (6,86%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Kebutuhan akan aktualisasi diri ( $X_{1,1}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,05.

Pada indikator Emosional ( $X_{1,2}$ ) sebanyak 11 orang (10,78%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 35 orang (34,31%) menyatakan setuju, sebanyak 7 orang (6,86%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 26 orang (25,49%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 7 orang (6,86%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Emosional ( $X_{1,2}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,01.

Pada indikator Dorongan/Rangsangan ( $X_{1,3}$ ) sebanyak 5 orang (4,90%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 39 orang (38,24%) menyatakan setuju, sebanyak 25 orang (24,51%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 24 (23,53%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 9 orang (8,82%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Dorongan/Rangsangan ( $X_{1,3}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,07.

Pada indikator Rasa ingin memiliki ( $X_{1,4}$ ) sebanyak 6 orang (5,88%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 26 orang (25,49%) menyatakan setuju, sebanyak 23 orang (22,55%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 38 orang (37,25%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 9 orang (8,82%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Status sosial ( $X_{1,4}$ ) memiliki rata-rata sebesar 2,82.

Pada indikator Kebutuhan akan sesuatu yang baru ( $X_{1,5}$ ) sebanyak 17 orang (16,67%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 42 orang (41,18%) menyatakan setuju, sebanyak 18 orang (17,65%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 17 orang (16,67%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 8 orang (7,84%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Kebutuhan akan sesuatu yang baru ( $X_{1,5}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,42.

## 2. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi ( $X_2$ )

Dalam variabel persepsi terdapat lima indikator pertanyaan yaitu: Penafsiran, penilaian, evaluasi, citra produk dan pemikiran. Distribusi frekuensi variabel persepsi dapat dilihat pada Tabel 4.5.

**Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi ( $X_2$ )**

Indikator	5		4		3		2		1		Jumlah		Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
$X_{2.1}$	4	3,92	53	51,96	31	30,39	8	7,84	6	5,88	102	100	3,40
$X_{2.2}$	14	13,73	63	61,76	9	8,82	12	11,76	4	3,92	102	100	3,70
$X_{2.3}$	10	9,80	55	53,92	18	17,65	19	18,63	0	0,00	102	100	3,55
$X_{2.4}$	0	0,00	29	28,43	47	46,08	21	20,59	5	4,90	102	100	2,98
$X_{2.5}$	6	5,88	60	58,82	22	21,57	12	11,76	2	1,96	102	100	3,55
<i>Grand Mean</i>												3,44	

Sumber: Lampiran 4

Keterangan :

- $X_{2.1}$ : Penafsiran
- $X_{2.2}$ : Penilaian
- $X_{2.3}$ : Evaluasi
- $X_{2.4}$ : Citra produk
- $X_{2.5}$ : Pemikiran

#### b. Indikator Persepsi ( $X_2$ )

Hasil perhitungan pada Tabel 4.5 menunjukkan bahwa Pada indikator Penafsiran ( $X_{2.1}$ ) sebanyak 4 orang (3,92%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 53 orang (51,96%) menyatakan setuju, sebanyak 31 orang (30,39%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 8 orang (7,84%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 6 orang (5,88%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Kebutuhan akan sesuatu yang baru ( $X_{2.1}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,40.

Pada indikator Penilaian ( $X_{2.2}$ ) sebanyak 14 orang (13,73%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 63 orang (61,76%) menyatakan setuju, sebanyak 9 orang (8,82%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 12 orang (11,76%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 4 orang (3,92%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Harapan ( $X_{2.2}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,70.

Pada indikator Evaluasi ( $X_{2,3}$ ) sebanyak 10 orang (9,80%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 55 orang (53,92%) menyatakan setuju, sebanyak 18 orang (17,65%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 19 orang (18,63%). Indikator Evaluasi ( $X_{2,3}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,55.

Pada indikator Citra produk ( $X_{2,4}$ ) sebanyak 0 orang (0%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 29 orang (28,43%) menyatakan setuju, sebanyak 47 orang (46,08%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 21 orang (20,59%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 5 orang (4,90%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Citra produk ( $X_{2,4}$ ) memiliki rata-rata sebesar 2,98.

Pada indikator Pemikiran ( $X_{2,5}$ ) sebanyak 6 orang (5,88%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 60 orang (58,82%) menyatakan setuju, sebanyak 22 orang (21,57%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 12 orang (11,76%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 2 orang (1,96%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Pemikiran ( $X_{2,1}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,55.

### **3. Distribusi Frekuensi Variabel Pembelajaran ( $X_3$ )**

Dalam variabel Pembelajaran terdapat lima indikator pertanyaan yaitu: Pengalaman, pengetahuan, kemudahan untuk menyelesaikan masalah, diperolehnya informasi dari media, diperolehnya informasi dari orang lain.

Distribusi frekuensi variabel Pembelajaran dapat dilihat pada Tabel 4.6.

**Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Pembelajaran ( $X_3$ )**

Indikator	5		4		3		2		1		Jumlah		Mean
	f	%	f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	
$X_{3.1}$	4	3,92	51	50,00	22	21,57	22	21,57	3	2,94	102	100	3,30
$X_{3.2}$	8	7,84	65	63,73	16	15,69	9	8,82	4	3,92	102	100	3,63
$X_{3.3}$	6	5,88	63	61,76	19	18,63	14	13,73	0	0,00	102	100	3,60
$X_{3.4}$	12	11,76	66	64,71	13	12,75	10	9,80	1	0,98	102	100	3,76
$X_{3.5}$	15	14,71	62	60,78	16	15,69	8	7,84	1	0,98	102	100	3,80
<i>Grand Mean</i>												3,62	

Sumber: Lampiran 4

Keterangan :

$X_{3.1}$  : Pengalaman

$X_{3.2}$  : Pengetahuan

$X_{3.3}$  : Kemudahan untuk menyelesaikan masalah

$X_{3.4}$  : Diperolehnyninformasidari media

$X_{3.5}$  : Diperolehnyninformasidari orang lain

c. Indikator Pembelajaran ( $X_3$ )

Hasil perhitungan pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa Pada indikator Pengalaman ( $X_{3.1}$ ) sebanyak 4 orang (3,92%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 51 orang (50,0%) menyatakan setuju, sebanyak 22 orang (21,57%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 22 orang (21,57%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 3 orang (2,94%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Pengalaman ( $X_{2.3}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,30.

Pada indikator Pengetahuan ( $X_{3.2}$ ) sebanyak 8 orang (7,48%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 65 orang (63,73%) menyatakan setuju, sebanyak 16 orang

(15,69%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 9 orang (8,82%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 4 orang (3,92%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Pengetahuan ( $X_{3.2}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,63.

Pada indikator Kemudahan untuk menyelesaikan masalah ( $X_{3.3}$ ) sebanyak 6 orang (5,889%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 63 orang (61,76%) menyatakan setuju, sebanyak 19 orang (18,63%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 19 orang (18,63%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 14 orang (13,73%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Kemudahan ( $X_{3.3}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,60.

Pada indikator Diperolehnya informasi dari media ( $X_{3.4}$ ) sebanyak 12 orang (11,76%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 66 orang (64,71%) menyatakan setuju, sebanyak 13 orang (12,75%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 10 orang (9,80%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 1 orang (0,98%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Diperolehnya informasi dari media ( $X_{3.4}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,76.

Pada indikator Diperolehnya informasi dari orang lain ( $X_{3.5}$ ) sebanyak 15 orang (14,71%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 62 orang (60,78%) menyatakan setuju, sebanyak 16 orang (15,69%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 8 orang (7,84%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 1 orang (0,98%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Diperolehnya informasi dari orang lain ( $X_{3.5}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,80.

#### 4. Distribusi Frekuensi Variabel Keyakinan ( $X_4$ )

Dalam variabel Keyakinan terdapat dua indikator pertanyaan yaitu: kepercayaan dan pengetahuan. Distribusi frekuensi variabel keyakinan dapat dilihat pada Tabel 4.7.

**Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Keyakinan ( $X_4$ )**

Indikator	5		4		3		2		1		Jumlah		Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
$X_{4.1}$	11	10,78	54	52,94	18	17,65	13	12,75	6	5,88	102	100	3,50
$X_{4.2}$	14	13,73	50	49,02	15	14,71	18	17,65	5	4,90	102	100	3,49
<i>Grand Mean</i>												3,50	

Sumber: Lampiran 4

Keterangan :

$X_{4.1}$  : Kepercayaan

$X_{4.2}$  : Pengetahuan

#### d. Indikator Kepercayaan ( $X_4$ )

Hasil perhitungan pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa Pada indikator Kepercayaan ( $X_{4.1}$ ) sebanyak 11 orang (10,78%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 54 orang (52,94%) menyatakan setuju, sebanyak 18 orang (17,65%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 13 orang (12,75%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 6 orang (5,88%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Kepercayaan ( $X_{4.1}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,50.

Pada indikator Pengetahuan ( $X_{4.2}$ ) sebanyak 14 orang (13,73%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 50 orang (49,02%) menyatakan setuju, sebanyak 15 orang

(14,71%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 18 orang (17,65%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 5 orang (4,90%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Keyakinan ( $X_{4.2}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,49.

### 5. Distribusi Frekuensi Variabel Sikap ( $X_5$ )

Dalam variabel Sikap terdapat tiga indikator pertanyaan yaitu: keinginan, ketertarikan dan perasaan atau kecenderungan terhadap suatu obyek. Distribusi frekuensi variabel Sikap dapat dilihat pada Tabel 4.8.

**Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Sikap ( $X_5$ )**

Indikator	5		4		3		2		1		Jumlah		Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
$X_{5.1}$	12	11,76	59	57,84	19	18,63	11	10,78	1	0,98	102	100	3,69
$X_{5.2}$	18	17,65	59	57,84	14	13,73	9	8,82	2	1,96	102	100	3,80
$X_{5.3}$	8	7,84	64	62,75	18	17,65	11	10,78	1	0,98	102	100	3,66
<i>Grand Mean</i>												3,72	

Sumber: Lampiran 4

Keterangan :

$X_{5.1}$  : Keinginan

$X_{5.2}$  : Ketertarikan

$X_{5.3}$  : Perasaan atau kecenderungan terhadap suatu obyek

#### e. Indikator Sikap ( $X_5$ )

Hasil perhitungan pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa Pada indikator Keinginan ( $X_{3.1}$ ) sebanyak 12 orang (11,76%) menyatakan sangat setuju,

sebanyak 59 orang (57,84%) menyatakan setuju, sebanyak 19 orang (18,63%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 11 orang (10,78%) menyatakan tidak setuju, sebanyak satu orang (0,98%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Keinginan ( $X_{5,1}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,69.

Pada indikator Ketertarikan ( $X_{5,2}$ ) sebanyak 18 orang (17,65%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 59 orang (57,84%) menyatakan setuju, sebanyak 14 orang (13,73%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 9 orang (8,82%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 2 orang (1,96%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Ketertarikan ( $X_{5,2}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,80.

Pada indikator Perasaan atau kecendrungan terhadap suatu obyek ( $X_{5,3}$ ) sebanyak 8 orang (7,84%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 64 orang (62,75%) menyatakan setuju, sebanyak 18 orang (17,65%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 11 orang (10,78%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 1 orang (0,98%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Penilaian ( $X_{5,3}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,66.

## **6. Distribusi Frekuensi Variabel Struktur Keputusan Pembelian (Y)**

Dalam variabel Struktur Keputusan Pembelian terdapat sembilan indikator pertanyaan yaitu: Pertimbangan merek, pertimbangan model (bentuk), pertimbangan desain produk, garansi produk, kenyamanan, kecepatan, kesesuaian harga, produk yang berkualitas, aplikasi/unduhannya (*App world*). Distribusi frekuensi variabel Struktur Keputusan Pembelian dapat dilihat pada Tabel 4.9.

**Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Struktur Keputusan Pembelian (Y)**

Indikator	5		4		3		2		1		Jumlah		Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Y <sub>1.1</sub>	7	6,86	52	50,98	23	22,55	19	18,63	1	0,98	102	100	3,44
Y <sub>1.2</sub>	9	8,82	43	42,16	27	26,47	19	18,63	4	3,92	102	100	3,33
Y <sub>1.3</sub>	7	6,86	52	50,98	19	18,63	21	20,59	3	2,94	102	100	3,38
Y <sub>1.4</sub>	10	9,80	39	38,24	30	29,41	22	21,57	1	0,98	102	100	3,34
Y <sub>1.5</sub>	17	16,67	55	53,92	12	11,76	16	15,69	2	1,96	102	100	3,68
Y <sub>1.6</sub>	18	17,65	45	44,12	18	17,65	19	18,63	2	1,96	102	100	3,57
Y <sub>1.7</sub>	9	8,82	46	45,10	29	28,43	15	14,71	3	2,94	102	100	3,42
Y <sub>1.8</sub>	7	6,86	30	29,41	32	31,37	28	27,45	5	4,90	102	100	3,06
Y <sub>1.9</sub>	10	9,80	55	53,92	18	17,65	13	12,75	6	5,88	102	100	3,49
<i>Grand Mean</i>												3,41	

Sumber : Lampiran 4

Keterangan :

- Y<sub>1.1</sub> : Pertimbangan merek
- Y<sub>1.2</sub> : Pertimbangan model (bentuk)
- Y<sub>1.3</sub> : Pertimbangan desain produk
- Y<sub>1.4</sub> : Garansi produk
- Y<sub>1.5</sub> : Kenyamanan
- Y<sub>1.6</sub> : Kecepatan
- Y<sub>1.7</sub> : Kesesuaian harga
- Y<sub>1.8</sub> : Produk yang berkualitas
- Y<sub>1.9</sub> : Aplikasi/unduh (App world)

f. Indikator Struktur Keputusan Pembelian (Y)

Hasil perhitungan pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa Pada indikator Pertimbangan merek (Y<sub>1.1</sub>) sebanyak 7 orang (6,86%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 52 orang (50,98%) menyatakan setuju, sebanyak 23 orang (22,55%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 19 orang (18,63%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 1 orang (0,98%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Pertimbangan merek (Y<sub>1.1</sub>) memiliki rata-rata sebesar 3,44.

Pada indikator Pertimbangan model (bentuk) ( $Y_{1,2}$ ) sebanyak 9 orang (8,82%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 43 orang (42,16%) menyatakan setuju, sebanyak 27 orang (26,47%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 19 orang (18,63%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 4 orang (3,92%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Pertimbangan model ( $Y_{1,2}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,33.

Pada indikator Pertimbangan desain produk ( $Y_{1,3}$ ) sebanyak 7 orang (6,86%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 52 orang (50,98%) menyatakan setuju, sebanyak 19 orang (18,63%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 21 orang (20,59%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 3 orang (2,94%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Pertimbangan desain produk ( $Y_{1,3}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,38.

Pada indikator Garansi produk ( $Y_{1,4}$ ) sebanyak 10 orang (9,80%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 39 orang (38,24%) menyatakan setuju, sebanyak 30 orang (29,41%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 22 orang (21,57%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 1 orang (0,98%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Garansi produk ( $Y_{1,4}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,34.

Pada indikator Kenyamanan ( $Y_{1,5}$ ) sebanyak 17 orang (16,67%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 55 orang (53,92%) menyatakan setuju, sebanyak 12 orang (11,76%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 16 orang (15,69%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 2 orang (1,96%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Kenyamanan ( $Y_{1,5}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,68.

Pada indikator Kecepatan ( $Y_{1.6}$ ) sebanyak 18 orang (17,65%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 45 orang (44,12%) menyatakan setuju, sebanyak 18 orang (17,65%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 19 orang (18,63%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 2 orang (1,96%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Kecepatan ( $Y_{1.6}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,57.

Pada indikator Kesesuaian harga ( $Y_{1.7}$ ) sebanyak 9 orang (8,82%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 46 orang (45,10%) menyatakan setuju, sebanyak 0 orang (0%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 15 orang (14,71%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 3 orang (2,94%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Kesesuaian harga ( $Y_{1.7}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,42.

Pada indikator Produk yang berkualitas ( $Y_{1.8}$ ) sebanyak 7 orang (6,86%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 30 orang (29,41%) menyatakan setuju, sebanyak 32 orang (31,37%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 28 orang (27,45%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 5 orang (4,90%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Produk yang berkualitas ( $Y_{1.7}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,06.

Pada indikator Aplikasi unduhan (*App world*) ( $Y_{1.9}$ ) sebanyak 10 orang (9,80%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 55 orang (53,92%) menyatakan setuju, sebanyak 18 orang (17,65%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 13 orang (12,75%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 6 orang (5,88%) menyatakan sangat tidak setuju. Indikator Aplikasi unduhan (*App world*) ( $Y_{1.9}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,49.

#### D. Hasil Analisis Faktor

Analisis faktor ini digunakan untuk mengidentifikasi dan menemukan Faktor-faktor psikologis dan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan tahun 2010/2011 dan Angkatan Tahun 2011/2012 Universitas Brawijaya Malang. Tujuan analisis ini adalah menganalisis faktor dari butiran-butiran pernyataan yang mengungkapkan berbagai variabel-variabel dari faktor psikologis terhadap keputusan pembelian. Analisis dilakukan dengan menganalisis jawaban responden terhadap kuesioner yang telah disebar dan diisi oleh responden.

##### 1. Pemilihan Komponen

Dari hasil pengisian kuesioner secara keseluruhan diuji dengan menggunakan *Kaiser Meyer Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy*, yaitu indek yang digunakan untuk menguji ketepatan analisis faktor. Sampel diterima jika nilai *KMO Measure of Sampling (MSA)*  $\geq 0,5$ . Untuk indeks anti *image* berkisar antara 0 sampai 1. Indeks akan menjadi satu jika semua unsur matrik korelasi bernilai nol, yang menunjukkan bahwa semua atribut dapat diprediksi tanpa kesalahan. Artinya bahwa jika indeks anti *image* nilainya mendekati satu maka akan semakin menunjukkan bahwa semua atribut dapat diprediksi dengan kesalahan semakin kecil. Nilai KMO dapat dilihat pada Tabel 4.10.

**Tabel 4.10 Nilai KMO**

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO)</i>	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	Sig.
0,781	978,069	0,000

Sumber : Lampiran 5

*Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* adalah suatu statistik yang mengindikasikan proporsi keragaman pada komponen yang dapat dibuat landasan penggunaan analisis faktor. Nilai yang tinggi (mendekati 1.0) umumnya mengindikasikan analisis faktor sangat bermanfaat digunakan pada data. Jika nilainya lebih kecil dari 0.50, hasil analisis faktor akan menjadi kurang bermanfaat. *Bartlett's test of sphericity* menguji hipotesis apakah matriks korelasi merupakan matriks identitas yang akan mengindikasikan bahwa komponen yang digunakan tidak saling berkorelasi dan sesuai untuk digunakan analisis faktor. Nilai yang rendah (kurang dari 0.05) mengindikasikan bahwa hasil analisis faktor nantinya akan bermanfaat untuk data yang digunakan. Berdasarkan pada Tabel 4.10 menunjukkan nilai KMO sebesar 0.781 ( $>0.50$ ) dengan nilai sig. pada uji *Bartlett* 0.000 ( $<0.05$ ) yang berarti data dapat diproses lebih lanjut dan hasil analisis faktor akan bermanfaat untuk data tersebut. Hasil analisis faktor tentang anti *image* matrik dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11 Anti-Image correlation

No	Indikator	MSA
1	X <sub>1.1</sub>	0,798
2	X <sub>1.2</sub>	0,691
3	X <sub>1.3</sub>	0,853
4	X <sub>1.4</sub>	0,812
5	X <sub>1.5</sub>	0,798
6	X <sub>2.1</sub>	0,823
7	X <sub>2.2</sub>	0,802
8	X <sub>2.3</sub>	0,889
9	X <sub>2.4</sub>	0,797
10	X <sub>2.5</sub>	0,848
11	X <sub>3.1</sub>	0,879
12	X <sub>3.2</sub>	0,695
13	X <sub>3.3</sub>	0,795
14	X <sub>3.4</sub>	0,612
15	X <sub>3.5</sub>	0,623
16	X <sub>4.1</sub>	0,755
17	X <sub>4.2</sub>	0,724
18	X <sub>5.1</sub>	0,851
19	X <sub>5.2</sub>	0,77
20	X <sub>5.3</sub>	0,81

Sumber : Lampiran 5

Pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa anti *image* matrik khususnya pada bagian anti *image correlation* terlihat sejumlah angka nilai-nilai MSA dari semua komponen terlihat bahwa tidak ada komponen yang kurang dari 0,5. Nilai di atas 0,5 menunjukkan bahwa komponen tersebut cukup baik untuk dianalisis menggunakan analisis faktor. Berdasarkan kriteria di atas tidak terdapat komponen yang memiliki nilai korelasi < 0,5. Sehingga semua indikator dapat dimasukkan dalam analisis faktor.

## 2. Menentukan Jumlah Faktor

Langkah ini dilakukan dengan *metode determination based on eigen value* dimana hanya faktor yang mempunyai *eigen value* di atas 1 yang dipakai, sedangkan faktor *eigen value* di bawah 1 tidak dimasukkan dalam model. Melalui proses ekstraksi dihasilkan 5 faktor yang mempunyai *eigen value* di atas 1 yang kemudian dimasukkan dalam model. Nilai *eigen* menunjukkan kepentingan relatif masing-masing faktor dalam menghitung keragaman 20 komponen yang dianalisis.

**Tabel 4.12 Penentuan Jumlah Faktor**

Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation sums of Squared Loadings		
	Total	% of variance	Cumulative %	Total	% of variance	Cumulative %
1	6,829	34,143	34,143	3,417	17,086	17,086
2	2,143	10,714	44,857	2,790	13,952	31,038
3	1,803	9,013	53,870	2,703	13,514	44,552
4	1,321	6,603	60,473	2,376	11,882	56,434
5	1,140	5,700	66,172	1,948	9,738	66,172

Sumber: Lampiran 5

Suatu faktor dianggap dapat mempengaruhi komponen apabila mempunyai nilai *eigen* lebih besar dari 1. Faktor yang mempunyai nilai *eigen* lebih besar dari 1 adalah sebanyak 5 faktor di mana ke-5 faktor tersebut dapat menjelaskan sebesar 66,172% ( $17,086 + 13,952 + 13,514 + 11,882 + 9,738$ ) keragaman komponen asal. Berdasarkan nilai *eigen* pada Tabel 4.12 diatas telah didapatkan 5 faktor yang terbentuk dari 20 *item* yang yang dilakukan analisis.

## 3. Penggolongan Komponen ke dalam Faktor.

Setelah menentukan jumlah faktor, selanjutnya dilakukan penggolongan komponen untuk dimasukkan ke dalam faktor, yaitu dengan melihat nilai *loading*

faktor yang berada dalam kolom yang sama maka komponen tersebut akan dimasukkan pada faktor yang sama. Dalam tahap ini digunakan *metodevarimax* dengan tujuan untuk memaksimalkan nilai *loading* setiap faktor di mana pengelompokkan setiap aksi rotasi faktor lebih dekat dengan kelompok komponen masing-masing. Kelima faktor ini akan diberi nama sesuai komponen yang menyusunnya.

**Tabel 4.13 Sebelum Rotasi**

Indikator	Component				
	1	2	3	4	5
X <sub>1.1</sub>	0,557				
X <sub>1.2</sub>		0,800			
X <sub>1.3</sub>	0,560				
X <sub>1.4</sub>	0,536				
X <sub>1.5</sub>					
X <sub>2.1</sub>	0,674				
X <sub>2.2</sub>	0,726				
X <sub>2.3</sub>	0,610				
X <sub>2.4</sub>	0,543				
X <sub>2.5</sub>	0,698				
X <sub>3.1</sub>	0,609				
X <sub>3.2</sub>	0,612				
X <sub>3.3</sub>	0,519				
X <sub>3.4</sub>			0,656		
X <sub>3.5</sub>	0,545		0,530		
X <sub>4.1</sub>	0,603			0,654	
X <sub>4.2</sub>	0,515			0,536	
X <sub>5.1</sub>	0,625				-0,584
X <sub>5.2</sub>	0,714				
X <sub>5.3</sub>	0,11				

Sumber:Lampiran 5

Pada komponen keyakinan, korelasi antara komponen X<sub>1.1</sub> dengan faktor 1 sebesar 0,557 (kuat), sehingga komponen X<sub>1.1</sub> dimasukkan sebagai faktor 1, begitu pula untuk yang lain, tetapi untuk komponen X<sub>3.5</sub>, X<sub>4.1</sub>, dan X<sub>4.2</sub> memiliki korelasi

lebih dari 0,5 yang lebih dari 1 faktor sehingga tidak langsung dimasukkan kedalam faktor. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis dengan rotasi (*rotated component matrix*). Hasil selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.14.

**Tabel 4.14 Sesudah Rotasi Varimax**

Indikator	Component				
	1	2	3	4	5
X <sub>1.1</sub>			0,620		
X <sub>1.2</sub>			0,784		
X <sub>1.3</sub>			0,530		
X <sub>1.4</sub>			0,649		
X <sub>1.5</sub>			0,733		
X <sub>2.1</sub>	0,616				
X <sub>2.2</sub>	0,725				
X <sub>2.3</sub>	0,759				
X <sub>2.4</sub>	0,735				
X <sub>2.5</sub>	0,725				
X <sub>3.1</sub>		0,567			
X <sub>3.2</sub>		0,592			
X <sub>3.3</sub>		0,695			
X <sub>3.4</sub>		0,830			
X <sub>3.5</sub>		0,781			
X <sub>4.1</sub>					0,802
X <sub>4.2</sub>					0,807
X <sub>5.1</sub>				0,805	
X <sub>5.2</sub>				0,561	
X <sub>5.3</sub>				0,645	

Sumber: Lampiran 5

Komponen Matrik hasil dari proses rotasi (*rotated component matrix*) memperlihatkan distribusi komponen yang lebih jelas dan nyata. Dari pemilihan indikator yang dimasukkan ke dalam faktor tersebut tidak terdapat indikator yang memiliki nilai korelasi yang lemah, sehingga semua indikator memiliki pengaruh yang kuat terhadap faktor yang terbentuk. Hasil dari rotasi faktor tiap indikator dapat dilihat pada Tabel 4.15.

Tabel 4.15 Hasil Rotasi Faktor

Faktor	Nama	Total	%	Indikator	Faktor
		<i>Eigen Value</i>	<i>Varian</i>		<i>Loading</i>
I	Persepsi	3,417	17,086	X <sub>2.1</sub>	0,616
				X <sub>2.2</sub>	0,725
				X <sub>2.3</sub>	0,759
				X <sub>2.4</sub>	0,735
				X <sub>2.5</sub>	0,725
II	Pembelajaran	2,790	13,952	X <sub>3.1</sub>	0,567
				X <sub>3.2</sub>	0,592
				X <sub>3.3</sub>	0,695
				X <sub>3.4</sub>	0,830
				X <sub>3.5</sub>	0,781
III	Motivasi	2,703	13,514	X <sub>1.1</sub>	0,620
				X <sub>1.2</sub>	0,784
				X <sub>1.3</sub>	0,530
				X <sub>1.4</sub>	0,649
				X <sub>1.5</sub>	0,733
IV	Sikap	2,376	11,882	X <sub>5.1</sub>	0,805
				X <sub>5.2</sub>	0,561
				X <sub>5.3</sub>	0,645
V	Keyakinan	1,948	9,738	X <sub>4.1</sub>	0,802
				X <sub>4.2</sub>	0,807

Sumber: Lampiran 5

Selanjutnya analisis dilanjutkan dengan memberikan nama pada lima faktor yang signifikan baru saja terbentuk, sebagai berikut:

#### 1. Faktor I : persepsi

Rotasi faktor menunjukkan bahwa faktor persepsi dengan *eigen value* sebesar 3.471 dan *presentase varian* sebesar 17.086%. Faktor ini diberi nama persepsi

karena terdiri dari Penafsiran, Harapan, Evaluasi, Citra Produk, Pemikiran sehingga faktor ini diberikan nama faktor persepsi.

## 2. Faktor II : Pembelajaran

Rotasi faktor menunjukkan bahwa faktor pembelajaran dengan *eigen value* sebesar 2.790 dan *presentase varian* sebesar 13.952%. Faktor ini diberikan nama pembelajaran karena terdiri dari indikator Pengalaman, Pengetahuan, Kemudahan, Diperolehnya informasi dari media, Diperolehnya informasi dari orang lain.

## 3. Faktor III : Motivasi

Rotasi faktor menunjukkan bahwa faktor motivasi dengan *eigen value* sebesar 2,703 dan *presentase varian* sebesar 13.514%. Faktor ini diberikan nama motivasi karena terdiri dari Besarnya kebutuhan akan aktualisasi diri, Emosional, Dorongan/Rangsangan, rasa ingin memiliki, Kebutuhan akan sesuatu yang baru.

## 4. Faktor IV : Sikap

Rotasi faktor menunjukkan bahwa faktor Sikap dengan *eigen value* sebesar 2,376 dan *presentase varian* sebesar 11.889%. Faktor ini diberikan nama sikap karena terdiri dari Keinginan, Ketertarikan, dan Penilaian.

## 5. Faktor V : Keyakinan

Rotasi faktor menunjukkan bahwa faktor keyakinan dengan *eigen value* sebesar 1,948 dan prosentase varian sebesar 9.738%. Faktor ini diberikan nama keyakinan karena terdiri dari Kepercayaan dan Keyakinan.

## E. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu persepsi ( $X_1$ ), Pembelajaran ( $X_2$ ), Motivasi ( $X_3$ ), Sikap ( $X_4$ ) dan Keyakinan ( $X_5$ ) terhadap variabel terikat yaitu Struktur Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

### 1. Persamaan Regresi

Persamaan regresi digunakan mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat didapat model regresi pada Tabel 4.16 :

**Tabel 4.16 Persamaan Regresi Hasil Analisis Regresi**

Variabel bebas	<i>Unstandardize</i> <i>d</i>	Probabilitas <i>t</i>	Probabilitas	Keterangan
	koefisien $\beta$			
Konstanta	30,716	72,794	0,000	Signifikan
Persepsi ( $X_1$ )	2,361	5,569	0,000	Signifikan
Pembelajaran ( $X_2$ )	1,531	3,611	0,000	Signifikan
Motivasi ( $X_3$ )	1,636	3,858	0,000	Signifikan
Sikap ( $X_4$ )	1,769	4,173	0,000	Signifikan
Keyakinan( $X_5$ )	2,075	4,893	0,000	Signifikan
Variabel terikat	$Y$			
R	: 0,715			
R square ( $R^2$ )	: 0,511			
Adjusted R square	: 0,485			
F hitung	: 20,058			
Probabilitas F hitung	: 0,000			

Sumber : Lampiran 6

Tabel 4.16 memperlihatkan bahwa variabel Persepsi, Pembelajaran, Motivasi, Sikap dan Keyakinan berpengaruh secara signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian yang didukung juga dengan nilai  $R^2$  sebesar 0,715 yang berarti bahwa sebesar 71,5% keragaman variabel Struktur Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Persepsi, Pembelajaran, Motivasi, Sikap dan Keyakinan sisanya 28,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model. Berdasarkan hasil analisis regresi dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 30,716 + 2,361X_1 + 1,531X_2 + 1,636X_3 + 1,769X_4 + 2,075X_5$$

Keterangan:

- Y = Struktur Keputusan Pembelian
- X<sub>1</sub> = Persepsi
- X<sub>2</sub> = Pembelajaran
- X<sub>3</sub> = Motivasi
- X<sub>4</sub> = Sikap
- X<sub>5</sub> = Keyakinan

Berdasarkan koefisien regresi yang bernilai positif untuk variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, X<sub>5</sub> maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel Persepsi, Pembelajaran, Motivasi, Sikap dan Keyakinan berpengaruh positif terhadap Struktur Keputusan Pembelian. Hal ini berarti semakin baik variabel Persepsi, Pembelajaran, Motivasi, Sikap dan Keyakinan yang diberikan oleh pihak *BlackBerry* maka semakin tinggi Keputusan Pembelian. Koefisien regresi persepsi yaitu 2,361. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi memiliki pengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian konsumen. Interpretasi tersebut hanya berdasarkan koefisien regresi, untuk membuktikan kembali apakah variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, X<sub>5</sub> berpengaruh signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian maka dilakukan pengujian hipotesis secara bersama-sama dan parsial.

## 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengetahui besar kontribusi variabel bebas (persepsi ( $X_1$ ), Pembelajaran ( $X_2$ ), Motivasi ( $X_3$ ), Sikap ( $X_4$ ) dan Keyakinan ( $X_5$ )) terhadap variabel terikat (Struktur Keputusan Pembelian) digunakan nilai  $R^2$ . Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisis pada Tabel 4.16 diperoleh hasil  $R^2$  (koefisien determinasi) sebesar 0,511. Artinya bahwa 51,1% variabel Struktur Keputusan Pembelian akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Persepsi ( $X_1$ ), Pembelajaran ( $X_2$ ), Motivasi ( $X_3$ ), Sikap ( $X_4$ ) dan Keyakinan ( $X_5$ ). Sisanya 48,9% variabel Struktur Keputusan Pembelian akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Selain koefisien determinasi juga didapat koefisien korelasi yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel bebas yaitu persepsi ( $X_1$ ), Pembelajaran ( $X_2$ ), Motivasi ( $X_3$ ), Sikap ( $X_4$ ) dan Keyakinan ( $X_5$ ) dengan variabel Struktur Keputusan Pembelian, nilai  $R$  (koefisien korelasi) sebesar 0,715, nilai korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas yaitu Persepsi ( $X_1$ ), Pembelajaran ( $X_2$ ), Motivasi ( $X_3$ ), Sikap ( $X_4$ ) dan Keyakinan ( $X_5$ ) dengan Struktur Keputusan Pembelian termasuk dalam kategori kuat karena berada pada selang 0,6 – 0,8. Hubungan antara variabel bebas yaitu Persepsi ( $X_1$ ), Pembelajaran ( $X_2$ ), Motivasi ( $X_3$ ), Sikap ( $X_4$ ) dan Keyakinan ( $X_5$ ) dengan Struktur Keputusan Pembelian bersifat positif, artinya jika variabel bebas semakin ditingkatkan maka Struktur Keputusan Pembelian juga akan mengalami peningkatan.

## F. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan bagian penting dalam penelitian, setelah data terkumpul dan diolah. Kegunaan utamanya adalah untuk menjawab hipotesis yang dibuat oleh peneliti.

## G. Pengujian Bersama-Sama

Pengujian F atau pengujian model digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi signifikan atau tidak, dengan kata lain model yang diduga tepat/sesuai atau tidak. Jika hasilnya signifikan, maka  $H_0$  ditolak. Sedangkan jika hasilnya tidak signifikan, maka  $H_0$  diterima. Hal ini dapat juga dikatakan sebagai berikut :

$H_0$  ditolak jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

$H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$

Berdasarkan Tabel 4.16 nilai  $F_{hitung}$  sebesar 20,058. Sedangkan  $F_{tabel}$  ( $\alpha = 0.05$  ; db regresi = 5 : db residual = 96) adalah sebesar 2,309. Karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $20,058 > 2,309$  atau nilai sig. (0,000)  $< \alpha = 0.05$  maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat (Struktur Keputusan Pembelian) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas (Persepsi ( $X_1$ ), Pembelajaran ( $X_2$ ), Motivasi ( $X_3$ ), Sikap ( $X_4$ ) dan Keyakinan ( $X_5$ )).

## H. Pengujian Secara Parsial

t test digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Dapat juga dikatakan jika probabilitas  $t > t_{tabel}$  atau – probabilitas  $t < -t_{tabel}$  maka

hasilnya signifikan dan berarti  $H_0$  ditolak. Sedangkan jika probabilitas  $t < t_{\text{tabel}}$  atau  $-$  probabilitas  $t > -t_{\text{tabel}}$  maka hasilnya tidak signifikan dan berarti  $H_0$  diterima.

Berdasarkan Tabel 4.16 diperoleh hasil sebagai berikut :

a) t test antara persepsi ( $X_1$ ) dengan Y (Struktur Keputusan Pembelian) menunjukkan probabilitas  $t = 5,569$ . Sedangkan  $t_{\text{tabel}}$  ( $\alpha = 0.05$  ; db residual = 96) adalah sebesar 1,985, Karena probabilitas  $t > t_{\text{tabel}}$  yaitu  $5,569 > 1,985$  atau nilai sig.  $t (0,000) < \alpha = 0.05$  maka pengaruh  $X_1$  (persepsi) terhadap Struktur Keputusan Pembelian adalah signifikan. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Struktur Keputusan Pembelian dapat dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi atau dengan meningkatkan Persepsi maka Struktur Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan secara nyata.

b) t test antara Pembelajaran ( $X_2$ ) dengan Y (Struktur Keputusan Pembelian) menunjukkan probabilitas  $t = 3,611$ . Sedangkan  $t_{\text{tabel}}$  ( $\alpha = 0.05$  ; db residual = 96) adalah sebesar 1,985, Karena probabilitas  $t > t_{\text{tabel}}$  yaitu  $3,611 > 1,985$  atau nilai sig.  $t (0,000) < \alpha = 0.05$  maka pengaruh  $X_2$  (Pembelajaran) terhadap Struktur Keputusan Pembelian adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Struktur Keputusan Pembelian dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Pembelajaran atau dengan meningkatkan Pembelajaran maka Struktur Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan secara nyata.

c) t test antara Motivasi ( $X_3$ ) dengan Y (Struktur Keputusan Pembelian) menunjukkan probabilitas  $t = 3,858$ . Sedangkan  $t_{\text{tabel}}$  ( $\alpha = 0.05$  ; db residual =

96) adalah sebesar 1,985, Karena probabilitas  $t > t_{\text{tabel}}$  yaitu  $3,858 > 1,985$  atau nilai sig.  $t (0,000) < \alpha = 0.05$  maka pengaruh  $X_3$  (Motivasi) terhadap Struktur Keputusan Pembelian adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Struktur keputusan Pembelian dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Motivasi atau dengan meningkatkan Motivasi maka Struktur Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan secara nyata.

d)  $t$  test antara Sikap ( $X_4$ ) dengan  $Y$  (Struktur Keputusan Pembelian) menunjukkan probabilitas  $t = 4,173$ . Sedangkan  $t_{\text{tabel}} (\alpha = 0.05 ; \text{db residual} = 96)$  adalah sebesar 1,985, Karena probabilitas  $t > t_{\text{tabel}}$  yaitu  $4,173 > 1,985$  atau nilai sig.  $t (0,000) < \alpha = 0.05$  maka pengaruh  $X_4$  (Sikap) terhadap Struktur Keputusan Pembelian adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Struktur Keputusan Pembelian dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Sikap atau dengan semakin memperbaiki Sikap maka Struktur Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan secara nyata.

e)  $t$  test antara Keyakinan ( $X_5$ ) dengan  $Y$  (Struktur Keputusan Pembelian) menunjukkan probabilitas  $t = 4,893$ . Sedangkan  $t_{\text{tabel}} (\alpha = 0.05 ; \text{db residual} = 96)$  adalah sebesar 1,985, Karena probabilitas  $t > t_{\text{tabel}}$  yaitu  $4,893 > 1,985$  atau nilai sig.  $t (0,000) < \alpha = 0.05$  maka pengaruh  $X_5$  (Keyakinan) terhadap Struktur Keputusan Pembelian adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Struktur Keputusan Pembelian dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Keyakinan atau dengan memiliki Keyakinan yang semakin tinggi maka Struktur Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan secara nyata.

Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian secara bersama-sama dan parsial, dan dapat diketahui bahwa kelima variabel bebas tersebut yang paling dominan pengaruhnya terhadap Struktur Keputusan Pembelian adalah persepsi karena memiliki nilai koefisien beta dan probabilitas t paling besar.

### I. Pembahasan

Tujuan pertama dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor psikologis (X) memiliki pengaruh terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini dapat diketahui nilai  $F_{hitung}$  pada Tabel 4.16 adalah 20,058  $F_{tabel}$  2,309 dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa kelima variabel bebas yaitu Motivasi ( $X_1$ ), Persepsi ( $X_2$ ), Pembelajaran ( $X_3$ ), Keyakinan ( $X_4$ ) dan Sikap ( $X_5$ ) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian. Aplikasi *BlackBerry Messenger* hanya dapat digunakan oleh sesama pengguna *BlackBerry* saja. Artinya *BlackBerry Messenger* ini hanya terdapat di *handphone* merek *BlackBerry*. Aplikasi *BlackBerry Messenger* memiliki kelebihan dapat membuat *grup chatting*, mengirim *voice note*, *file document* dan *video* dengan cepat. Kelebihan-kelebihan yang ditawarkan oleh *BlackBerry* dapat menarik minat pengguna *handphone*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu seperti Anastasia (2001), Lukito (2004), dan Anuraga (2006) yang telah membuktikan bahwa Faktor Psikologis secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini juga dapat membuktikan

pendapat para ahli yang menyatakan bahwa Faktor Psikologis memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian benar adanya. Dalam penelitian Martinus (2011) mengatakan bahwa dalam kondisi persaingan yang ketat tersebut hal utama yang harus diprioritaskan perusahaan adalah mengerti akan apa yang diinginkan oleh konsumen. Untuk itulah, perusahaan harus mengetahui sisi internal konsumen yang tidak lepas dari faktor psikologis. Faktor-faktor psikologis itu terdiri dari Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Keyakinan dan Sikap. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_1$  (Motivasi),  $X_2$  (Persepsi),  $X_3$  (Pebelajaran),  $X_4$  (Keyakinan) dan  $X_5$  (Sikap) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Struktur Keputusan Pembelian) sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini terbukti dan dapat diterima.

Tujuan kedua dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kelima variabel Faktor Psikologis (X) yang terdiri dari Motivasi ( $X_1$ ), Persepsi ( $X_2$ ), Pembelajaran ( $X_3$ ), Keyakinan ( $X_4$ ) dan Sikap ( $X_5$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian :

#### 1. Pengaruh variabel Motivasi ( $X_1$ ) terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y)

Motivasi perusahaan memiliki peran yang besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Kondisi yang menggerakkan konsumen mampu mencapai tujuan utama dalam motifnya. Motivasi juga perlu dipahami oleh perusahaan khususnya manajer pemasaran karena seorang manajer perlu mengetahui apa yang terjadi motif pembelian seseorang terhadap suatu produk atau *brand* tertentu, sebab hal ini dapat mempengaruhi strategi perusahaan.

Hasil dari pengujian regresi menunjukkan nilai probabilitas  $t$  variabel Motivasi ( $X_1$ ) 3,858 lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  1,985 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa variabel Motivasi ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Struktur keputusan pembelian ( $Y$ ). Nilai *mean* 3,07 menunjukkan bahwa rata-rata responden hampir menjawab setuju untuk *item* pada variabel Motivasi ( $X_1$ ). Hal ini dikarenakan suatu kebutuhan yang menjadi dorongan atau motif apabila kebutuhan itu muncul hingga mencapai taraf intensitas tertentu. Pembelian *BlackBerry* dapat menunjukkan aktualisasi diri di masyarakat sehingga timbul lah suatu kondisi emosional sesaat (pengaruh ikut-ikutan teman).

Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anastasia (2001) yang menunjukkan bahwa motivasi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dalam melakukan pembelian Kartu Mentari. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa Motivasi ( $X_1$ ) secara umum mampu memberi pengaruh yang signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

## 2. Pengaruh Persepsi ( $X_2$ ) terhadap Struktur Keputusan Pembelian ( $Y$ )

Persepsi berhubungan dengan perilaku seseorang dalam mengambil keputusan terhadap apa yang dikehendaki. Persepsi berkaitan erat dengan pemrosesan dan penyaringan informasi. Dengan adanya informasi konsumen akan memahami suatu makna. Sesuatu yang bermakna akan menghasilkan suatu

interpretasi tentang suatu produk atau jasa tertentu guna pemenuhan kebutuhan melalui keputusan pembelian.

Pada penelitian ini variabel persepsi ( $X_2$ ) terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y) karena nilai signifikan variabel  $X_2$  adalah sebesar  $0,000 < 0,05$ . Tabel 13 menunjukkan bahwa nilai *mean* sebesar 3,44 yang berarti bahwa sebagian besar responden menjawab setuju. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Lukito (2004) yang menunjukkan bahwa persepsi member pengaruh yang signifikan. Hasil ini juga menunjukkan bahwa variabel Persepsi ( $X_2$ ) merupakan variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap Struktur Keputusan Pembelian.

### 3. Pengaruh variabel Pembelajaran ( $X_3$ ) terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y)

Schiffman dan Kanuk (2000:160) mendefinisikan proses belajar konsumen sebagai sebuah proses seseorang memperoleh pengetahuan dan pengalaman pembelian dan konsumsi yang akan ia tetapkan pada perilaku yang terkait pada masa datang. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel pembelajaran ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Pembelajaran ( $X_3$ ) sebesar 3,611 dan nilai signifikan variabel  $X_3$  sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Lukito (2004) yang menunjukkan bahwa pembelajaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian.

#### 4. Pengaruh variabel Keyakinan ( $X_4$ ) terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y)

Kotler (2001:218) mengemukakan “keyakinan” adalah pemikiran deskriptif seseorang mengenai sesuatu. Keyakinan dapat didasarkan pada pengetahuan nyata, opini atau kepercayaan dan juga muatan emosional.

Berdasarkan hasil analisis data terbukti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keyakinan ( $X_4$ ) terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dapat diketahui dari nilai  $t_{hitung}$  4,893 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Anuraga (2006) yang menyatakan bahwa keyakinan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### 5. Pengaruh variabel Sikap ( $X_5$ ) terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y)

Sikap dapat diartikan sebagai kesiapan seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau aktifitas. Sikap menempatkan seseorang dalam suatu kerangka pemikiran suka atau tidak suka akan sesuatu. Sikap seseorang mengikuti suatu pola, dan untuk mengubah satu sikap saja mungkin memerlukan penyesuaian yang akan menyulitkan sikap lainnya.

Berdasarkan hasil analisis data terbukti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Sikap ( $X_5$ ) terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dapat diketahui dari nilai probabilitas  $t$  4,173 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini sejalan

dengan penelitian yang dilakukan Lukito (2004) yang menyatakan bahwa sikap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, dapat diketahui bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis data yang diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} = 20,058$ ; signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan variabel bebas faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian *BlackBerry*.

Selain itu diketahui pula bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,511. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Anastasia (2001) yang berjudul “Pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian Kartu Mentari produk PT. Satelindo (Studi pada Pelanggan Kartu Mentari Pasca bayar di Ivan Jaya Malang)”, Brahmana (2002) yang berjudul “Pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian Fanta”, Anuraga (2006) yang berjudul “Pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian HP Nokia” yang menunjukkan bahwa faktor psikologis memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

Faktor psikologis merupakan salah satu faktor yang timbul dari dalam diri konsumen yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Kotler (2001:212) menyebutkan, “pilihan-pilihan seseorang dalam membeli dipengaruhi lagi oleh lima faktor psikologis yang penting: motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan

dan sikap”. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap mempunyai pengaruh terhadap Struktur Keputusan Pembelian.

