

**PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGI TERHADAP PERILAKU KONSUMEN IKAN  
SEGAR PADA SISWA SMA NEGERI 1 KRAKSAAN KABUPATEN  
PROBOLINGGO**

**SKRIPSI  
PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN KELAUTAN**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perikanan  
Pada Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan  
Universitas Brawijaya**

**Oleh:  
RAHMAT WIDHIBINANGKIT  
NIM. 115080400111071**



**FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG**

**2016**

PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGI TERHADAP PERILAKU KONSUMEN IKAN  
SEGAR PADA SISWA SMA NEGERI 1 KRAKSAAN KABUPATEN  
PROBOLINGGO

Oleh:

**RAHMAT WIDHIBINANGKIT**

**NIM. 115080400111071**

telah dipertahankan di depan penguji  
pada tanggal 25 Februari 2016  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

SK Dekan No : \_\_\_\_\_

Tanggal : \_\_\_\_\_

Menyetujui,  
Dosen Penguji I

(Dr. Ir. Edi Susilo, MS)  
NIP. 19591205 198503 1 003  
Tanggal : \_\_\_\_\_

Dosen Penguji II

(Erlinda Indrayani, S.Pi, M.Si)  
NIP. 19740220 200312 2 001  
Tanggal : \_\_\_\_\_

Dosen Pembimbing I

(Dr. Ir. Harsuko Riniwati, MP)  
NIP. 19660604 199002 2 001  
Tanggal : \_\_\_\_\_

Dosen Pembimbing II

(Wahyu Handayani, S.Pi, MBA, MP)  
NIP. 19750310 200510 2 001  
Tanggal : \_\_\_\_\_

Mengetahui,  
Ketua Jurusan SEPK

(Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP)  
NIP. 19610417 199103 1 001  
Tanggal : \_\_\_\_\_

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai peraturan dan perundangan yang berlaku.



Malang, Februari 2016

Mahasiswa,

Rahmat Widhibinangkit  
NIM. 115080400111071

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Orang tua yaitu Bapak Suharmanto dan Ibunda Siti Iriani serta kakak-kakak dan saudara-saudara yang selalu memberikan do'a dan dukungan.
2. Dr. Ir. Harsuko Riniwati, MP dan Wahyu Handayani, S.Pi, MBA, MP selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, pengarahan serta waktu sehingga dapat terselesaikannya laporan ini.
3. Dr. Ir. Edi Susilo, MS dan Erlinda Indrayani, S.Pi, M.Si selaku dosen penguji atas segala bentuk bimbingan arahan dan ilmu yang telah diberikan.
4. Teman-teman Agrobisnis Perikanan 2011 yang senantiasa selalu memberikan dukungan dan semangat.
5. Serta dari semua pihak yang memberikan dukungan dalam proses penyelesaian laporan ini yang tidak dapat disebutkan oleh penulis satu persatu.

Menyadari adanya keterbatasan pengetahuan, referensi, dan pengalaman maka penulis sangat mengharapkan saran dan masukan yang dapat membangun demi perbaikan kedepan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Malang, Februari 2016

Penulis

## RINGKASAN

**RAHMAT WIDHIBINANGKIT.** Pengaruh Faktor Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen Ikan Segar Pada Siswa Sma Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo Propinsi Jawa Timur (di bawah bimbingan **Dr. Ir. Harsuko Riniwati, MP** dan **Wahyu Handayani, S.Pi., MBA., MP**)

---

Potensi perikanan di Indonesia sangat besar akan tetapi jika masyarakatnya kurang gemar mengkonsumsi ikan terutama bagi remaja atau siswa SMA maka potensi perikanan yang dimiliki oleh Indonesia akan kurang maksimal dan itu akan membuat tidak produktif produk perikanan yang kaya akan manfaatnya. Masa remaja merupakan periode penting dalam rentang kehidupan manusia, karena masa remaja adalah suatu periode peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa. Pada masa ini remaja merasakan adanya perubahan yang terjadi pada dirinya seperti perubahan fisik yang hampir menyerupai orang dewasa atau yang biasa disebut dengan masa puber, perubahan sikap, perasaan atau emosi yang sering tanpa disadari oleh remaja itu sendiri seperti rasa malu, gembira, iri hati, sedih, takut, cemas, cemburu, kasih sayang dan rasa ingin tahu.

Ikan merupakan salah satu jenis makanan yang kaya akan kandungan gizinya dan sangat dibutuhkan oleh manusia terutama pada siswa SMA karena banyak mengandung protein hewani yang berfungsi menambah daya ingat manusia. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui tentang pengaruh faktor psikologis terhadap perilaku konsumen ikan segar pada siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo. Mengingat bahwa SMA Negeri 1 Kraksaan lokasinya terletak pada daerah pesisir pantai utara Jawa dan juga daerah Kabupaten Probolinggo dalam bidang sektor perikanan mempunyai potensi sumberdaya perikananannya yang cukup besar.

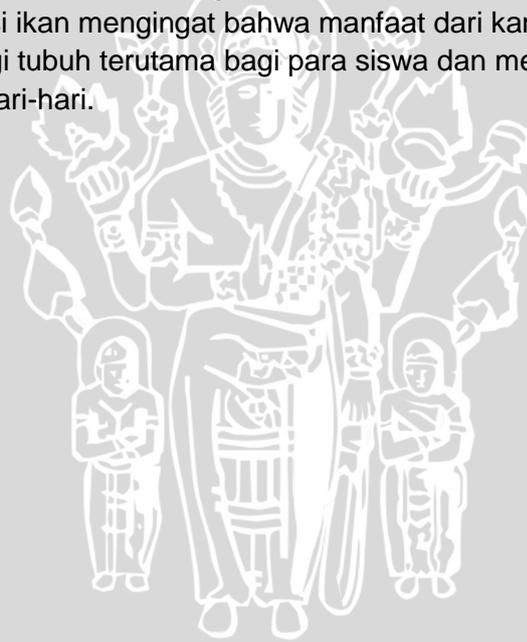
Tujuan dari penelitian ini untuk Mengetahui pengaruh faktor psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap) secara simultan dan parsial terhadap minat siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo dalam mengkonsumsi ikan, serta mengetahui pengaruh uang saku siswa terhadap tingkat konsumsi ikan. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi peneliti dan SMA Negeri 1 Kraksaan sebagai bahan informasi tentang perilaku konsumen, bagi pemerintah penelitian ini bisa membantu pemerintah dalam memajukan masyarakat untuk lebih sering mengkonsumsi ikan sebagai sumber protein alternatif, serta bagi pengusaha sebagai informasi pengusaha untuk keperluan dalam memasarkan produk ikan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif untuk menjawab tujuan pertama dan pendekatan kualitatif untuk menjawab tujuan ketiga. Teknik Sampling yang digunakan adalah *probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 87 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi, serta kuesioner yang diberikan kepada siswa SMA Negeri 1 Kraksaan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert dengan variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, dan indikator tersebut dijadikan untuk menyusun item-item yang berupa pertanyaan. Jawaban setiap instrumen mempunyai nilai dari sangat positif hingga sangat negatif dengan skor 1-5.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa pengaruh faktor psikologi (motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap) dapat mempengaruhi keputusan mengkonsumsi ikan segar secara simultan dan secara parsial faktor psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap) juga berpengaruh secara nyata

terhadap keputusan mengkonsumsi ikan. Semua faktor psikologi mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan mengkonsumsi ikan segar terhadap perilaku konsumen pada siswa SMA Negeri 1 Kraksaan tetapi faktor yang sangat dominan mempengaruhi keputusan mengkonsumsi ikan adalah faktor motivasi dan faktor persepsi yang meliputi gaya hidup dan kebutuhan, serta pengetahuan konsumen, sehingga meningkatkan keputusan konsumen dalam mengkonsumsi ikan. Tingkat konsumsi ikan pada siswa SMA Negeri 1 Kraksaan sudah mulai banyak karena mereka sudah mengerti akan manfaat dan kebutuhan ikan bagi tubuh, jumlah banyaknya uang saku tidak mempengaruhi keputusan konsumen terhadap mengkonsumsi ikan, ini dibuktikan bahwa semua siswa meski memiliki jumlah uang saku yang berbeda mereka sama-sama setuju tentang kebutuhan mengkonsumsi ikan.

Saran dari penelitian ini adalah bagi instansi SMA Negeri 1 Kraksaan diharapkan memperhatikan kebutuhan siswanya terhadap mengkonsumsi ikan yang banyak mempunyai manfaat bagi tubuh, bagi pemerintah diharapkan lebih memperhatikan pengusaha-pengusaha ikan konsumsi karena konsumen produk ikan konsumsi semakin meningkat setiap tahunnya sehingga usaha ini layak dikembangkan, serta bagi pengusaha diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk perikanan di sekolah-sekolah agar para anak-anak remaja dapat lebih banyak mengkonsumsi ikan mengingat bahwa manfaat dari kandungan gizinya yang sangat tinggi bagi tubuh terutama bagi para siswa dan membuat ikan menjadi makanan sehari-hari.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah dan anugerahNYA serta tidak lupa pula kepada Nabi Muhammad SAW sebagai panutan penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul **“Pengaruh Faktor Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen Ikan Segar Pada Siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo”** dan dapat terselesaikan dengan baik.

Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya, Malang. Pokok bahasan dalam laporan ini meliputi: karakteristik konsumen, Faktor-faktor psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap) yang mempengaruhi perilaku konsumen secara parsial dan simultan pada siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Probolinggo dalam mengkonsumsi ikan segar dan faktor yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian. Sangat disadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharap kritik dan saran yang bersifat membangun agar laporan ini dapat bermanfaat.

Malang, Februari 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
RINGKASAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	6
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	6
2.2 Faktor Psikologis.....	9
2.1.1 Motivasi.....	10
2.1.2 Persepsi.....	10
2.1.3 Pembelajaran.....	11
2.1.4 Sikap.....	12
2.3 Penelitian Terdahulu.....	12
2.4 Kerangka Berfikir.....	14

### III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	15
3.2 Obyek Penelitian.....	15
3.3 Jenis Penelitian.....	15
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	16
3.5 Teknik Pengambilan Data.....	17
3.5.1 Observasi.....	18
3.5.2 Wawancara.....	18
3.5.3 Kuisisioner.....	18
3.5.4 Dokumentasi.....	19
3.6 Jenis dan Sumber Data.....	19
3.6.1 Jenis Data.....	19
3.6.2 Sumber Data.....	20
3.7 Konsep dan Variabel Penelitian.....	20
3.7.1 Konsep.....	20
3.7.2 Variabel.....	21
3.8 Skala Pengukuran.....	22
3.9 Teknik Analisa Data.....	23
3.9.1 Analisa Regresi Linier Berganda.....	23
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	24
3.9.3 Uji Statistik/Uji Varian/Uji Sedik Ragam.....	26

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil SMA N 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo.....	28
4.2 Karakteristik Responden.....	29
4.3 Jumlah Responden Menurut Uang saku.....	30
4.4 Distribusi Frekuensi.....	31
4.4.1 Variabel Perilaku Konsumen.....	31
4.4.2 Variabel Motivasi.....	32
4.4.3 Variabel Persepsi.....	34
4.4.4 Variabel Pembelajaran.....	35
4.4.5 Variabel Sikap.....	37
4.5 Analisa Regresi.....	39
4.5.1 Analisa Faktor Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen.....	39
4.5.2 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	39
4.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	42

4.5.4 Uji Statistik..... 47

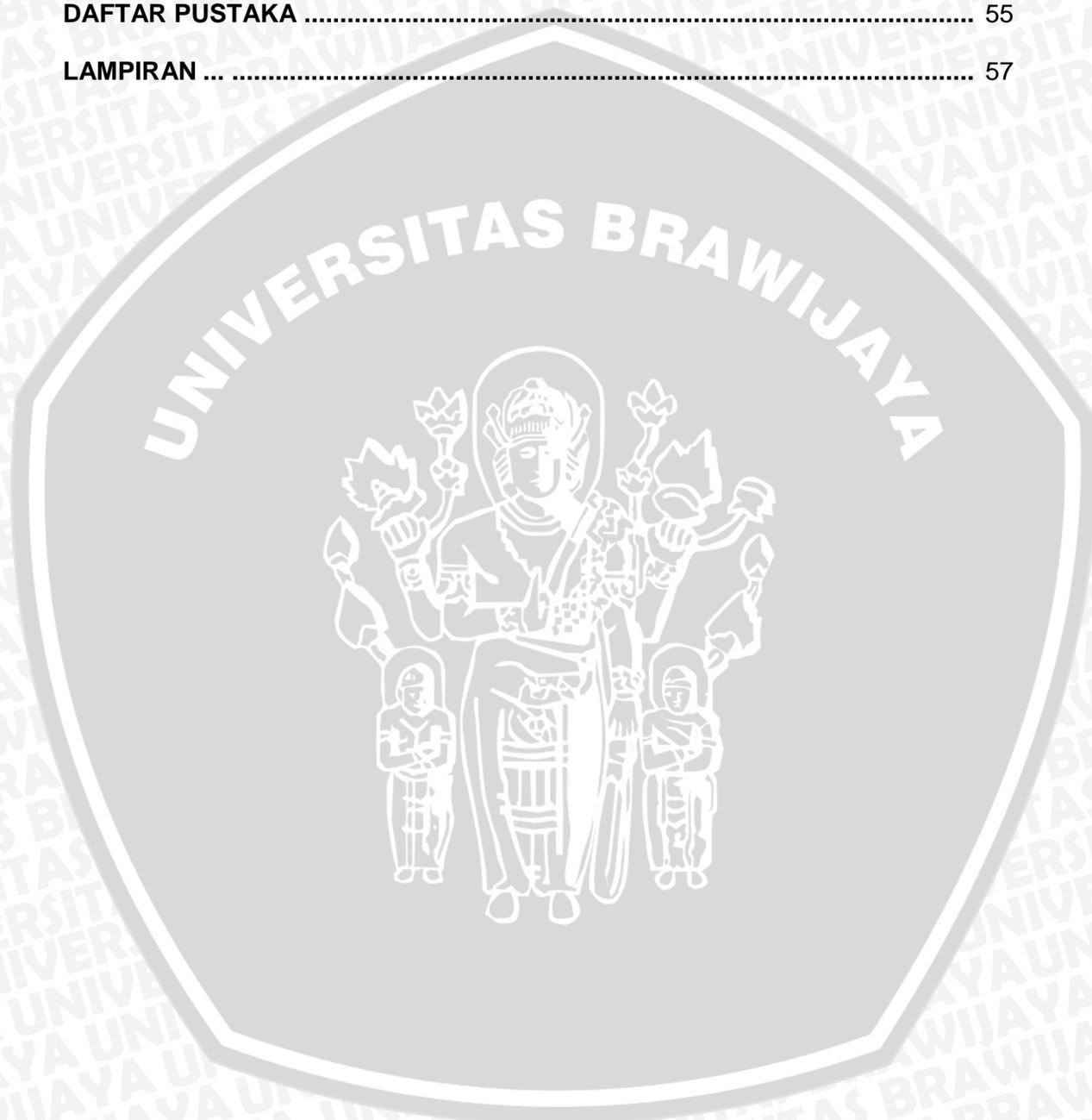
**V. KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan..... 53

5.2 Saran..... 54

**DAFTAR PUSTAKA ..... 55**

**LAMPIRAN ..... 57**



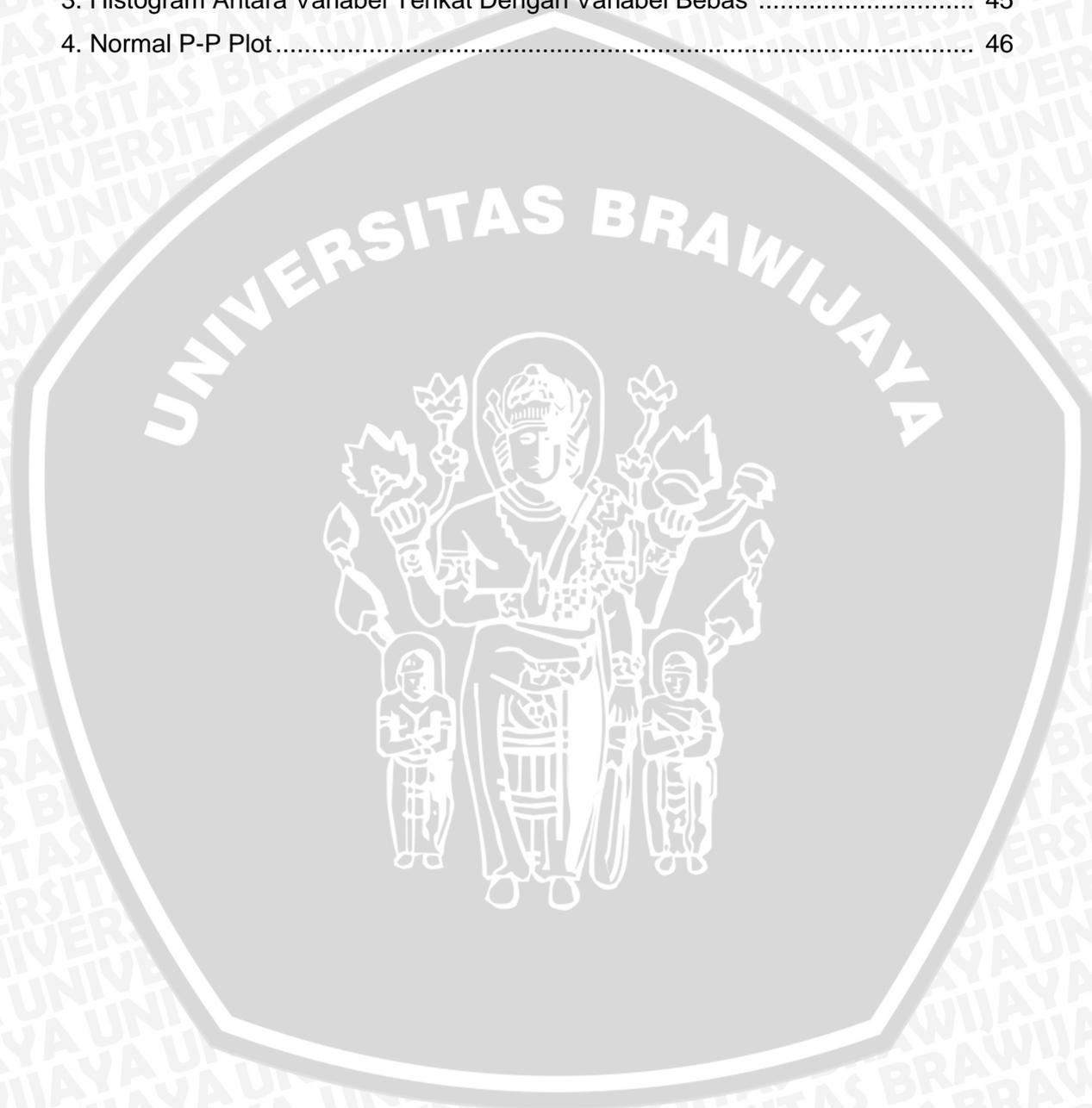
DAFTAR TABEL

1. Penelitian Terdahulu .....	12
2. Instrumen Penelitian .....	21
3. Pemberian Nilai Jawaban Responden .....	23
4. Identitas Sekolah .....	28
5. Fasilitas Sekolah.....	29
6. Daftar Tingkat Uang Saku Responden.....	30
7. Frekuensi Variabel Perilaku Konsumen (Y).....	31
8. Frekuensi Variabel Motivasi ( $X_1$ ).....	32
9. Frekuensi Variabel Persepsi ( $X_2$ ).....	34
10. Frekuensi Variabel Pembelajaran ( $X_3$ ).....	35
11. Frekuensi Variabel Sikap ( $X_4$ ).....	37
12. Model Regresi Antara Variabel Bebas Dengan Variabel Terikat .....	39
13. Nilai <i>Tolerance</i> dan <i>VIF</i> .....	43
14. Model Summary.....	47
16. ANOVA .....	49
17. Coefficients Uji t.....	51



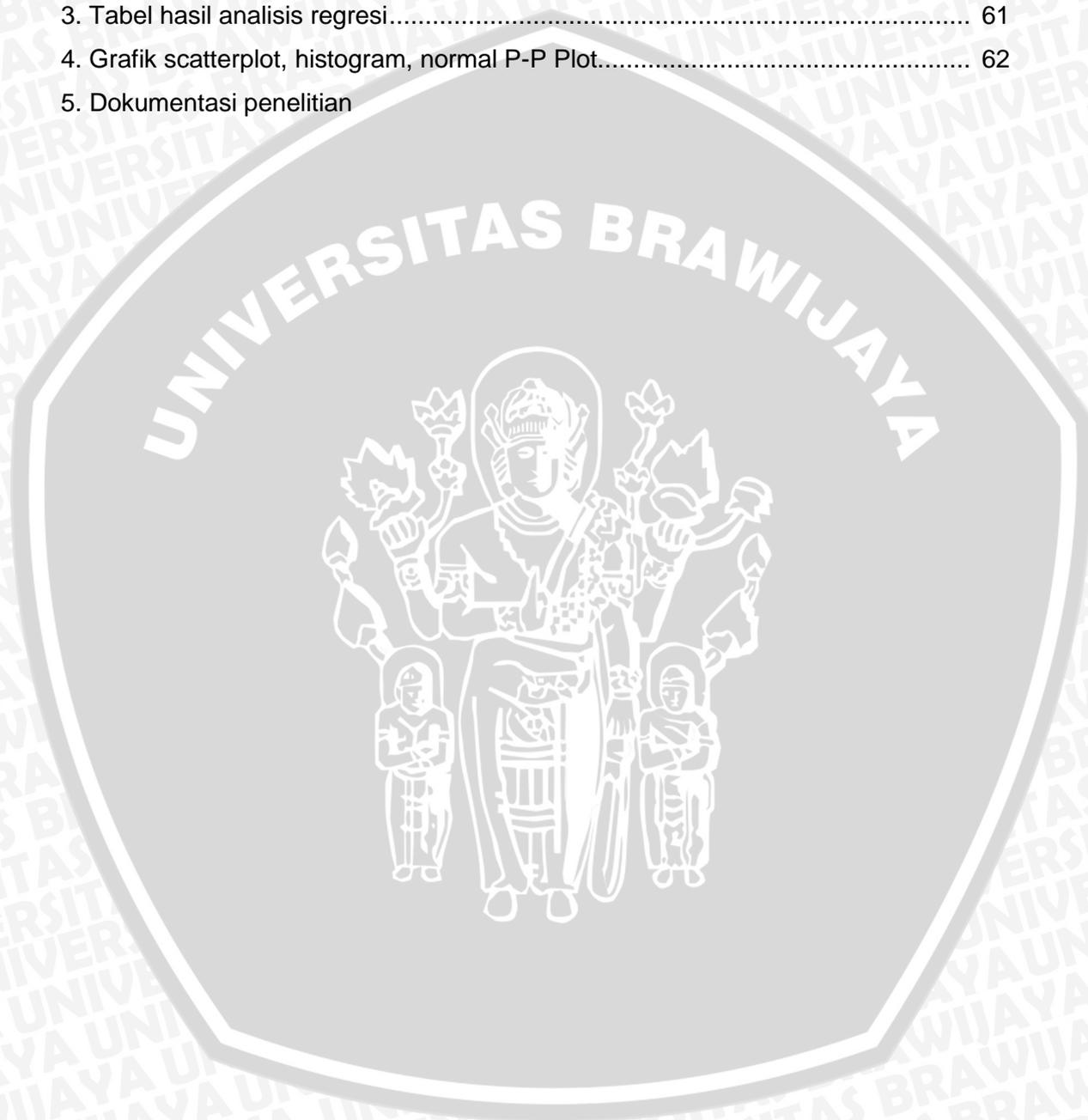
## DAFTAR GAMBAR

1. Kerangka Berpikir .....	14
2. Grafik Satterplot.....	44
3. Histogram Antara Variabel Terikat Dengan Variabel Bebas .....	45
4. Normal P-P Plot.....	46



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Peta Kabupaten Probolinggo dan lokasi penelitian .....	57
2. Data Responden.....	58
3. Tabel hasil analisis regresi.....	61
4. Grafik scatterplot, histogram, normal P-P Plot.....	62
5. Dokumentasi penelitian	



## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Food and Agriculture Organization* (FAO) menyatakan produk hasil perikanan merupakan sumber protein hewani yang universal, tidak menimbulkan penyakit, mencederakan dan menyehatkan. Bahkan data FAO, melansir sejak tahun 2011 untuk pertama kalinya produksi perikanan budidaya dunia, telah melampaui produksi daging sapi. Tahun 2012, produksi perikanan budidaya dunia telah mencapai 66 juta ton, melebihi produksi daging sapi yang hanya 63 juta ton. Ini membuktikan bahwa sektor kelautan dan perikanan semakin dapat diandalkan untuk mendukung ketahanan pangan, termasuk perikanan di Indonesia. Data ini juga menjadi dasar bahwa perikanan merupakan pilar untuk meningkatkan ketahanan pangan dunia (Sutardjo, 2013).

Menurut Daud (2014), produksi perikanan pada tahun 2013 meningkat 26,2% yaitu sebesar 19,56 juta ton dengan hasil produksi perikanan budidaya sebesar 13,7 ton dan pada perikanan tangkap sebesar 5,86 juta ton, hasil produksi perikanan yang terus meningkat setiap tahunnya ini menjelaskan bahwa perikanan memiliki potensi sumberdaya yang sangat tinggi dan sangat baik untuk pemenuhan gizi masyarakat terutama protein hewani disamping kontribusinya untuk perekonomian di Indonesia.

Menurut Kementerian Kelautan dan Perikanan/KKP (2014), sebagai bahan pangan ikan mempunyai banyak keunggulan dibanding sumber protein hewani lainnya seperti daging sapi, daging ayam, telur dan susu. Ikan merupakan sumber protein, lemak, vitamin dan mineral yang sangat baik dan prospektif. Namun demikian, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang banyaknya keunggulan yang terdapat pada ikan khususnya masyarakat yang lokasinya jauh dari wilayah pantai atau sumber ikan. Keragaman yang sangat

tinggi pada ikan baik dari segi jenis, bentuk, warna, rasa dan ukuran juga menyebabkan ikan dapat diproses lebih lanjut menjadi berbagai macam produk olahan.

Menurut Mankunegara (2001), setiap konsumen dalam membeli produk mempunyai perilaku yang berbeda antara satu dengan yang lain. Perbedaan tersebut meliputi 6 hal yakni: apa yang dibeli, mengapa membeli, siapa yang membeli, kapan membelinya, bagaimana membelinya, dan siapa yang terlibat dalam pembelian itu. Mengapa terjadi perbedaan diantara konsumen tersebut disebabkan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Dan menurut Kotler (2003), ada dua faktor dasar yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal meliputi: keluarga, kelas sosial, kebudayaan, dan kelompok referensi.

Menurut Sobur (2003), secara etimologis, istilah psikologi berasal dari bahasa Yunani, yaitu dari kata *psyche* yang berarti jiwa, dan *logos* yang berarti ilmu. Jadi secara harfiah psikologi berarti ilmu jiwa atau ilmu yang mempelajari ilmu tentang gejala kejiwaan, pikiran dan tingkah laku manusia.

Faktor psikologis konsumen merupakan pembelajaran tentang motivasi, persepsi, kognisi dan perilaku terhadap pembelian seseorang dan penggunaan produk tersebut. Psikologi yaitu pengatur atau penggerak yang bersifat abstrak dalam perilaku manusia. Sifat yang abstrak ini tidak bisa dilihat secara langsung tetapi bisa dilihat dari gejala-gejala yang dapat dipelajari oleh pemasar melalui motivasi, sikap, keyakinan, kepribadian, persepsi dan pembelajaran (Ferrinadewi, 2008).

Potensi perikanan di Indonesia sangat besar akan tetapi jika masyarakatnya kurang gemar mengonsumsi ikan terutama bagi remaja atau siswa SMA maka potensi perikanan yang dimiliki oleh Indonesia akan kurang

maksimal dan itu akan membuat tidak produktif produk perikanan yang kaya akan manfaatnya.

Masa remaja merupakan periode penting dalam rentang kehidupan manusia, karena masa remaja adalah suatu periode peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa. Pada masa ini remaja merasakan adanya perubahan yang terjadi pada dirinya seperti perubahan fisik yang hampir menyerupai orang dewasa atau yang biasa disebut dengan masa puber, perubahan sikap, perasaan atau emosi yang sering tanpa disadari oleh remaja itu sendiri seperti rasa malu, gembira, iri hati, sedih, takut, cemas, cemburu, kasih sayang dan rasa ingin tahu. remaja mengalami ketidakstabilan dari waktu ke waktu sebagai konsekuensi dari usaha penyesuaian diri pada pola perilaku dan harapan sosial yang baru namun meskipun emosi remaja seringkali sangat kuat dan tidak terkendali tetapi pada umumnya dari tahun ketahun terjadi perbaikan perilaku (Maentingsih, 2008).

Ikan merupakan salah satu jenis makanan yang kaya akan kandungan gizinya dan sangat dibutuhkan oleh manusia terutama pada siswa SMA karena banyak mengandung protein hewani yang berfungsi menambah daya ingat manusia. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui tentang pengaruh faktor psikologis terhadap perilaku konsumen ikan segar pada siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo. Mengingat bahwa SMA Negeri 1 Kraksaan lokasinya terletak pada daerah pesisir pantai utara Jawa dan juga daerah Kabupaten Probolinggo dalam bidang sektor perikanan mempunyai potensi sumberdaya perikanannya yang cukup besar, dan peneliti ingin mengetahui apakah siswa sudah banyak mengkonsumsi ikan dimana protein yang terkandung dalam ikan sangat dibutuhkan oleh manusia.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengkonsumsi ikan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh faktor psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap) secara simultan (bersama-sama) terhadap minat siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo dalam mengkonsumsi ikan.
2. Bagaimana pengaruh faktor psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap) secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap minat siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo dalam mengkonsumsi ikan.
3. Bagaimana pengaruh uang saku terhadap tingkat konsumsi ikan pada siswa SMA Negeri 1 Kraksaan kabupaten Probolinggo.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat disusun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh faktor psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap) secara simultan (bersama-sama) terhadap minat siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo dalam mengkonsumsi ikan.
2. Mengetahui pengaruh faktor psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap) secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap minat siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo dalam mengkonsumsi ikan.
3. Mengetahui pengaruh uang saku siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo terhadap tingkat konsumsi ikan.

#### 1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

##### 1. Peneliti

Sebagai bahan informasi dan menambah pengetahuan tentang perilaku konsumen siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) dalam memilih atau mengkonsumsi ikan.

##### 2. SMA Negeri 1 Kraksaan

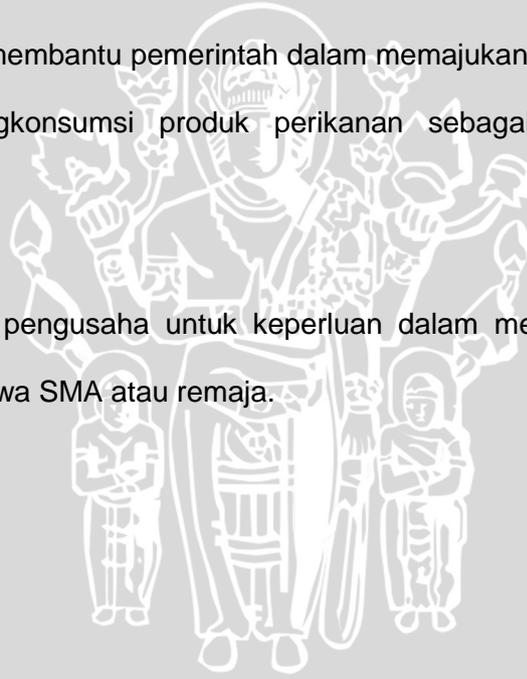
Sebagai bahan informasi dan referensi yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi ikan.

##### 3. Pemerintah

Penelitian ini bisa membantu pemerintah dalam memajukan masyarakat untuk lebih sering mengkonsumsi produk perikanan sebagai sumber protein alternatif.

##### 4. Pengusaha

Sebagai informasi pengusaha untuk keperluan dalam memasarkan produk ikan dikalangan siswa SMA atau remaja.



## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Dharmesta dan Handoko, 2013 *dalam* Fauzi 2014).

Perilaku konsumen merupakan sebuah studi tentang proses pengambilan keputusan pada individu, kelompok atau organisasi maupun masyarakat luas untuk menggunakan atau tidak terhadap suatu produk (barang, jasa dan ide). Proses unsur-unsur (elemen) kognitif, efektif dan konatif atau psikomotorik, yakni dengan pendekatan satu arah (linier) maupun penetapan timbal balik (Shinta, 2012).

Menurut Olson (2013), perilaku konsumen merupakan suatu dinamika interaksi yang berpengaruh antara perilaku, kesadaran dan lingkungan dalam aspek-aspek kehidupan manusia, sehingga perilaku konsumen melibatkan pemikiran dan perasaan dalam proses konsumsi seperti lingkungan yang mempengaruhi pemikiran, perasaan, dan tindakan yaitu: komentar konsumen lain, iklan, tampilan produk, adanya promosi dan lain lain.

#### 2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen ada dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Dimana faktor internal terdiri dari, 1) motivasi, 2) pengamatan, 3) belajar, 4) kepribadian dan konsep diri, 5) sikap. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari 1) kebudayaan, 2) kelas sosial, 3) kelompok sosial dan referensi, 4) keluarga (Mangkunegara, 2013 *dalam* Fauzi, 2014).

Menurut Kotler dan Keller (2002), dimana faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu:

### 1. Faktor Kebudayaan

- Budaya, merupakan determinasi dasar keinginan dan perilaku seseorang dalam pengambilan keputusan.
- Sub budaya, lebih kecil dari budaya yang dimana sub budaya memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka.
- Kelas sosial, merupakan pembagian kelas sosial orang-orang yang tersusun secara hierarki dan mempunyai anggota yang berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama.

### 2. Faktor Sosial

- Kelompok referensi, semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut.
- Keluarga, perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh keluarga karena setiap hari mereka saling berkomunikasi sehingga dalam melakukan keputusan pembelian membutuhkan referensi keluarga.
- Peran dan status, peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dapat dilakukan seseorang. Setiap peran seseorang akan menyandang status.

### 3. Faktor Psikologis

- Motivasi atau dorongan, merupakan dorongan dari diri sendiri untuk melakukan sebuah aktivitas. Dalam hal ini adalah dorongan untuk melakukan pembelian.
- Persepsi, merupakan proses yang digunakan seorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

- Pembelajaran, meliputi perubahan perilaku yang terjadi pada diri seseorang yang didasarkan pada pengalaman.
- Keyakinan dan sikap, keyakinan merupakan gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang suatu hal. Sedangkan sikap merupakan evaluasi, perasaan emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau merugikan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu obyek atau gagasan.

Sedangkan menurut Shinta (2012) yang dimana faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu:

#### 1. Faktor Individu

- Motivasi dan kebutuhan, keduanya muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen, sehingga mendorong konsumen untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut.
- Pribadi dan gaya hidup, setiap manusia pastinya memiliki pribadi yang berbeda sehingga keinginan untuk menyukai suatu produk pasti berbeda-beda. Gaya hidup merupakan pola hidup orang yang menggunakan uang dan waktunya.
- Pengetahuan konsumen, keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh pengetahuan konsumen akan produk yang dipasarkan.

#### 2. Faktor Lingkungan

- Budaya dan demografi, budaya merupakan suatu kepercayaan, nilai-nilai, dan kebiasaan yang dipelajari seseorang, yang dapat mengarahkan orang tersebut dalam menggunakan barang dan jasa.
- Keluarga, anggota keluarga merupakan pemberi pengaruh pada anggota keluarga lain untuk mengambil keputusan pembelian terhadap suatu produk.

- Kelompok referensi, seseorang konsumen yang akan membeli suatu barang kebanyakan sudah mendapatkan informasi kelompok masyarakat maupun sahabat kerja. Sehingga dari kelompok referensi tersebut konsumen dapat membandingkan nilai dan sikap umum/khusus.
- Kelas sosial, pembagian anggota masyarakat ke dalam kelas-kelas sosial yang berbeda, dimana terdapat kesamaan anggota di kelas tinggi ataupun rendah.

### 3. Faktor Psikologis

- Pengolahan informasi/persepsi
- Keterlibatan merupakan suatu motivasi yang menggerakkan serta mengarahkan proses kognitif dan perilaku konsumen pada saat konsumen mengambil keputusan pembelian.
- Proses pembelajaran konsumen, setiap konsumen memiliki kesukaan terhadap produk yang berbeda-beda pastinya. Seperti loyal pada suatu produk yang mempunyai merk tertentu, itu semua merupakan hasil dari proses belajar konsumen.

### 2.2 Faktor Psikologis

Faktor psikologis konsumen merupakan pembelajaran tentang motivasi, persepsi, kognisi dan perilaku terhadap pembelian seseorang dan penggunaan produk tersebut. Psikologi yaitu pengatur atau penggerak yang bersifat abstrak dalam perilaku manusia. Sifat yang abstrak ini tidak bisa dilihat secara langsung tetapi bisa dilihat dari gejala-gejala yang dapat dipelajari oleh pemasar melalui motivasi, sikap, keyakinan, kepribadian, persepsi dan pembelajaran (Ferrinadewi, 2008).

### 2.2.1 Motivasi

Sebenarnya motivasi merupakan istilah yang lebih umum menunjuk pada seluruh proses gerakan, termasuk situasi mendorong, dorongan yang timbul dalam diri individu, tingkah laku yang ditimbulkannya, dan tujuan atau akhir dari gerakan atau perbuatan. Karena itu, bisa juga dikatakan bahwa motivasi berarti membangkitkan motif, membangkitkan daya gerak, atau menggerakkan seseorang atau diri sendiri untuk berbuat sesuatu dalam rangka mencapai suatu kepuasan atau tujuan. Pada dasarnya, motif merupakan pengertian yang melingkupi penggerak. Alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusialah yang menyebabkan manusia itu berbuat sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif. Juga tingkah laku yang disebut tingkah laku secara refleks dan yang berlangsung secara otomatis mempunyai maksud tertentu meskipun maksud itu tidak disadari oleh manusia (Sobur, 2003).

Menurut Morgan, *dkk* (1986) dalam Rola (2006), motivasi merupakan suatu dorongan yang mendorong individu untuk menampilkan tingkah laku secara persistem yang diarahkan untuk mencapai tujuan.

Motivasi mempunyai dua komponen yaitu pengarahan dan pemberdayaan, dimana pengarahan merupakan mengarahkan suatu tindakan yang mana hendak diambil sesuai dengan kebutuhan yang ingin dipenuhi sedangkan pemberdayaan mengacu pada kekuatan mental dalam diri konsumen tersebut (Ferrinadewi, 2008).

### 2.2.2 Persepsi

Persepsi merupakan bagian dari keseluruhan proses yang menghasilkan tanggapan setelah rangsangan diterapkan kepada manusia. Persepsi dan kognisi diperlukan dalam semua kegiatan psikologis. Bahkan, diperlukan bagi orang yang paling sedikit terpengaruh atau sadar akan adanya rangsangan

menerima dan dengan suatu cara menahan dampak dari rangsangan (Sobur, 2003).

Menurut Gibson (1993), persepsi merupakan proses untuk memahami lingkungannya meliputi objek, orang dan symbol atau tanda yang melibatkan proses kognitif (pengenalan). Proses kognitif adalah proses dimana individu memberikan arti melalui penafsirannya terhadap rangsangan (stimulus) yang muncul dari objek, orang dan symbol tertentu.

Persepsi adalah suatu proses dengan berbagai stimuli yang dipilih, diorganisir dan diintrepetasi menjadi suatu informasi yang bermakna. Stimuli yaitu input dari suatu objek tertentu yang dilihat konsumen melalui beberapa panca indera (Ferrinadewi, 2008).

### **2.2.3 Pembelajaran**

Pembelajaran atau belajar adalah proses yang terjadi dalam otak manusia. Saraf dan sel-sel otak yang bekerja mengumpulkan semua yang dilihat oleh mata, didengar oleh telinga, dan lain-lain, lantas disusun oleh otak sebagai hasil belajar (Sobur, 2003).

Menurut Surya (2004), pembelajaran merupakan suatu proses perubahan yaitu perubahan perilaku sebagai hasil interaksi antara dirinya dan lingkungannya dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Secara lengkap, pengertian pembelajaran dapat dirumuskan sebagai berikut: "pembelajaran ialah suatu proses yang dilakukan oleh individu untuk memperoleh perubahan perilaku yang baru secara keseluruhan, sebagai hasil dari pengalaman individu itu sendiri dalam interaksi dengan lingkungannya".

Pembelajaran konsumen seperti halnya proses belajar yang lain, proses yang selalu berkembang seiring dengan informasi baru dan diperoleh dari pengalamannya. Proses pengalaman tidak berarti dapat diamati tetapi proses ini terjadi tanpa disadari oleh konsumen. Proses ini melibatkan pribadi dari

konsumen karena pembelajaran adalah proses jiwa yang berlangsung dalam pribadi individu (Ferrinadewi, 2008).

#### 2.2.4 Sikap

Sikap adalah pengalaman tentang suatu masalah atau objek dari sisi dimensi penilaian. Jika kita memiliki sikap pada suatu objek, kita tidak hanya mengalaminya, tetapi mengalaminya sebagai sesuatu yang hingga batas tertentu diinginkan atau lebih baik atau lebih buruk (Sobur, 2003).

Menurut Azwar (2002), sikap adalah salah satu unsure kepribadian yang harus dimiliki seseorang untuk menentukan tindakannya dan bertingkah laku terhadap suatu objek disertai dengan perasaan positif dan negatif. Sedangkan menurut Ferrinadewi (2008), sikap merupakan bagaimana cara kita dalam berpikir, merasa dan bertindak terhadap suatu objek tertentu dalam lingkungan. Misal terhadap toko, iklan suatu produksi tertentu atau terhadap jasa.

#### 2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu kepada beberapa penelitian terdahulu diantaranya sebagai berikut :

Tabel 1. Penelitian terdahulu

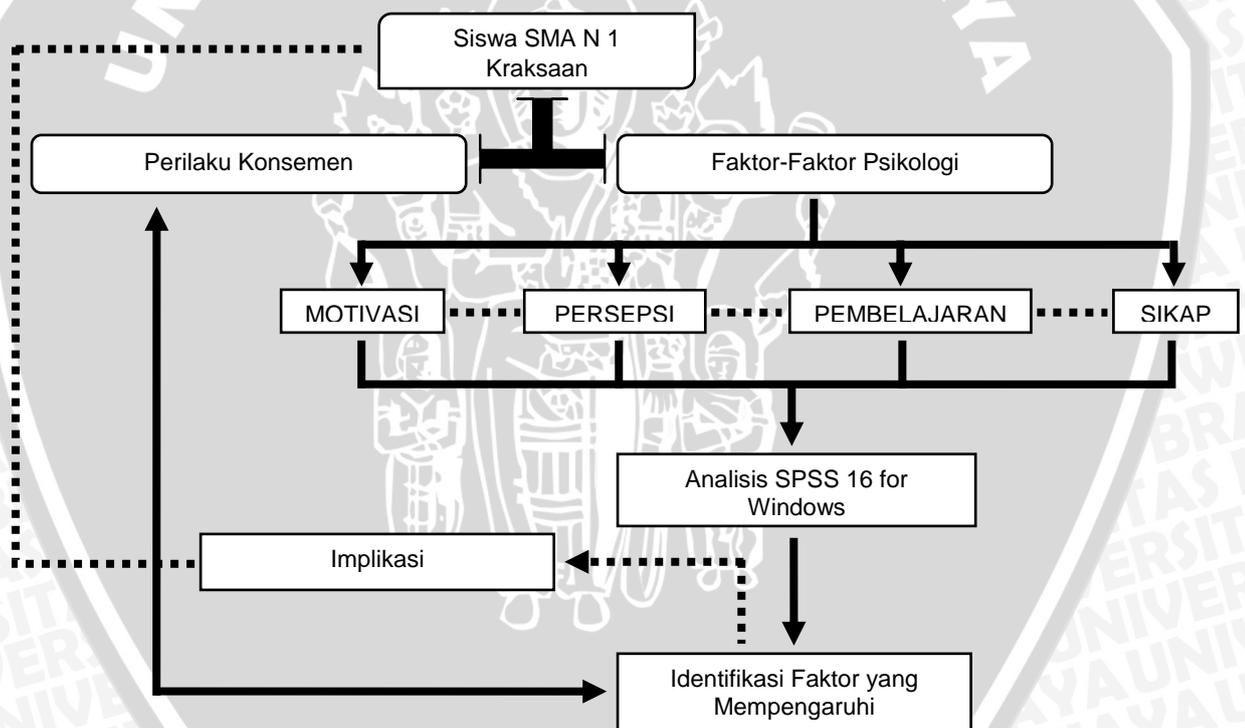
No.	Nama	Judul	Hasil	Tahun
1.	Tutkey	Pengaruh Psikologi Terhadap Keputusan Kembali Oleh Wisatawan Di Ekowisata Mangrove Wonorejo Kecamatan Rungkut Surabaya Jawa Timur.	Faktor Hasil yang diperoleh bahwa variabel motivasi, persepsi, belajar dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung sedangkan secara parsial hanya persepsi dan kepercayaan yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.	2015

Lanjutan Tabel 1. Penelitian terdahulu

No.	Nama	Judul	Hasil	Tahun
2.	Putri	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Kerajinan Kerang Di UPTD Taman Hiburan Pantai Kenjeran Surabaya Jawa Timur.	Analisa regresi logistik $y=4.402-0,083x_1+0,263x_2-1,622x_3$ , semuanya berpengaruh signifikan pada selang kepercayaan 95% dan 99%.	2015
3.	Rahayu	Analisa Tingkat Konsumsi Ikan Pada Masyarakat Sekitar Kawasan Waduk Lahor Desa Karangates Kecamatan Sumberpucung Kabupaten Malang.	Hasil dari regresi linier berganda dapat dilihat seberapa besar pengaruh variabel pendapatan, persepsi harga ikan, persepsi substitusi, selera dan pendidikan terhadap frekuensi konsumsi ikan.	2015
4.	Fauzi	Pengaruh Faktor-Faktor Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen Ikan Segar Dalam Studi Kasus Pada Warung Cinta Damai Grape Kabupaten Madiun.	Hasil penelitian tingkat kesalahan 5% maka dapat disimpulkan bahwa faktor psikologi (motivasi, pengamatan, belajar dan sikap) dengan nilai sig. 0,000 secara simultan memiliki hub. yang signifikan terhadap perilaku konsumen ikan dengan besar koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,552, dan sedangkan secara parsial hanya variabel motivasi dengan sig. 0,034 dan sikap dengan nilai sig. 0,002 yang memiliki hub. yang sig. terhadap perilaku konsumen.	2014

## 2.4 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir penelitian yang berjudul pengaruh faktor psikologis terhadap perilaku konsumen ikan segar pada siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Pabupaten Probolinggo, yang dilakukan adalah menganalisis pengaruh faktor psikologi (motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap) terhadap perilaku konsumen siswa SMA N 1 Kraksaan secara simultan dan parsial. Data yang sudah diperoleh dari semua variabel kemudian akan dianalisis menggunakan analisis SPSS 16 for Windows untuk menentukan variabel-variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap minat mengkonsumsi ikan segar. Kerangka berpikir dapat dilihat berdasarkan gambar sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Berpikir

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dengan judul “Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Ikan Segar Pada Siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo” Dilaksanakan pada bulan Oktober 2015 berlokasi di SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo Jawa Timur.

#### 3.2 Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini digunakan untuk mengetahui obyek yang akan diteliti dan memiliki batasan untuk menetapkan informasi dan data yang digunakan. Obyek penelitian ini adalah siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo, kelas XI dan kelas XII jurusan IPA, IPS.

#### 3.3 Jenis Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah yaitu kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan diantaranya yaitu, rasional, empiris dan sistematis (Sugiyono, 2014).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, Menurut Marzuki (2005), analisa deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti tentang status manusia, suatu kondisi, suatu sistem penelitian pada masa sekarang. Tujuan dari metode ini adalah untuk menggambarkan secara sistematis, aktual mengenai fakta serta hubungan antara fenomena yang diteliti.

Penelitian deskriptif dapat berupa kuantitatif atau kualitatif, penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Dimana mengkaji seputar pengaruh faktor psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap) terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi ikan.

### 3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2014). Sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu siswa-siswi SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo kelas XI dan XII.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama terhadap sampel yang akan dituju sebagai sampel. Jenis yang digunakan pada *probability sampling* adalah *proportionate stratified random sampling*. Menurut Soehartono (2011), teknik ini digunakan apabila proporsi atau prosentase pada setiap lapisan sampel sama.

Pada penelitian ini menggunakan pengambilan sampel *stratified random sampling* karena mempunyai lapisan (berstrata) yaitu kelas XI dan XII jurusan IPA dan IPS yang sampelnya sudah representatif, maka pengambilan sampelnya secara acak pada setiap strata. Pada kelas XI terdapat 10 kelas, jurusan IPA 6 kelas dan jurusan IPS 4 kelas dengan siswa satu kelasnya 36 siswa, total siswa kelas XI jumlahnya 360 siswa sedangkan pada kelas XII terdapat 8 kelas, jurusan IPA 6 kelas dan jurusan IPS 2 kelas dengan satu kelasnya 36 siswa, total siswa kelas XII jumlahnya 288 siswa. Pemilihan sampel dilakukan secara acak pada setiap jurusan untuk diambil sampelnya. Berdasarkan Sugiyono (2014)

penentuan sampelnya melalui bantuan tabel, penentuan jumlah sampel terhadap populasi tertentu yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael untuk tingkat kesalahan 1%, 5% dan 10%. Cara menentukan jumlah sampel menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2+1}$$

Keterangan :

N = Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel

d<sup>2</sup> = Tingkat Kesalahan

1 = Konstanta

$$n = \frac{648}{648 (10\%)^2+1}$$

$$n = 87$$

Berdasarkan rumus Slovin jumlah pada penelitian ini sebanyak 87 responden. Karena semua kelas XI dan XII pada jurusan IPA dan IPS jumlah siswanya sama yaitu berjumlah 36 siswa maka pengambilan sampel setiap kelasnya berjumlah 5 responden, hal ini ditentukan dengan jumlah kuisisioner dibagi banyaknya kelas sehingga muncul jumlah responden setiap. Pada penelitian ini tidak mengambil siswa kelas X dikarenakan pada SMA Negeri 1 Kraksaan kelas X masih belum ada penjurusan atau semua kelas disamaratakan, sehingga kelas X tidak bisa distratakan sama dengan kelas XI dan XII yang sudah penjurusan yaitu IPA dan IPS.

### 3.5 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini untuk memperoleh informasi dari berbagai sumber dapat dilakukan dengan cara:

### 3.5.1 Observasi

Menurut Sutrisno Hadi (1986) dalam Sugiyono (2014), observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Pada penelitian ini observasi dilakukan dengan melihat keadaan umum tempat yang diteliti, dilakukan dengan pencatatan dan pengamatan.

### 3.5.2 Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2014). Pada penelitian ini mengadakan wawancara langsung dengan responden yang bertujuan menyeleksi responden layak atau tidak sebagai sumber informasi.

### 3.5.3 Kuisiонер

Kuisiонер merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisiонер merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuisiонер dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet (Sugiyono, 2014). Pada penelitian ini alat yang digunakan dalam pengumpulan informasi dan data adalah angket atau kuisiонер yang disebar pada responden yang berada ditempat penelitian.

### 3.5.4 Dokumentasi

Teknik ini adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis terutama berupa arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, Teori, dalil/hukum-hukum dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian. Oleh karena itu dalam setiap penelitian tidak pernah dapat dilepaskan dari literatur-literatur ilmiah, maka kegiatan kepastakaan ini menjadi sangat penting. Pada penelitian kuantitatif teknik ini berfungsi untuk menghimpun secara selektif bahan-bahan yang dipergunakan didalam kerangka/landasan teori, penyusun kerangka konsep dan perumusan hipotesa secara tajam (Nawawi, 2012). Keuntungan menggunakan dokumentasi ialah biaya relatif murah, waktu dan tenaga efisien. Sedangkan kekurangannya yaitu data yang diambil dari dokumen cenderung sudah lama (Usman dan Akbar, 2008).

Dalam penelitian ini dokumentasi diperoleh dari arsip maupun dokumen yang berhubungan dengan penelitian ini, serta foto-foto yang diambil oleh peneliti.

### 3.6 Jenis dan Sumber Data

#### 3.6.1 Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data kualitatif dan data kuantitatif.

1. Data kualitatif yang dibutuhkan pada penelitian ini untuk menjawab dan menjabarkan pengaruh uang saku terhadap perilaku konsumen.
2. Data kuantitatif yang dibutuhkan pada penelitian ini untuk menjawab dan menjabarkan hasil dari pengaruh faktor psikologi terhadap perilaku konsumen menggunakan aplikasi SPSS 16 for Windows.

### 3.6.2 Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data saat di lapang (Sugiyono, 2014). Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini berupa:

- a. Identitas responden (nama, jenis kelamin, umur dan uang saku).
- b. Tanggapan responden tentang pengaruh faktor psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap) secara simulatan dan parsial terhadap keputusan mengkonsumsi ikan suka atau tidak suka pada produk perikanan.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan yaitu:

- a. Keadaan geografis dan topografis lokasi penelitian.
- b. Data jumlah siswa kelas XI dan XII dan profil SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo.

Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara mencatat data yang bersumber dari kantor kelurahan, data siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo dan perpustakaan.

## 3.7 Konsep dan Variabel Penelitian

### 3.7.1 Konsep

Menurut Singarimbun dan Effendi (1995) dalam Fauzi (2014), Konsep yaitu tentang menggambarkan secara tepat fenomena yang akan diteliti. Peneliti juga

diharapkan dapat menyederhanakan pemikirannya misalnya menjadikan variabel-variabel tertentu. Tujuannya menyederhanakan pemikiran dengan jalan menggabungkan sejumlah peristiwa dibawah judul yang umum. Konsep penelitian ini tertera pada Tabel 2.

Tabel 2. Instrumen penelitian untuk mengukur konsep penelitian faktor psikologis konsumen.

Variabel	Indikator	Deskripsi
Perilaku Konsumen (Y)	1. Harga Produk	Hargacukupterjangkau (Y <sub>1</sub> )
	2. Cara Pengolahan	Digoreng (Y <sub>2</sub> ) Dibakar (Y <sub>3</sub> )
Faktor-Faktor Psikologis		
Variabel	Indikator	Deskripsi
Motivasi (X <sub>1</sub> )	1. Kandungan	Memiliki kadungan gizi tinggi (X <sub>1.1</sub> )
	2. Penggunaan tanpa bahan pengawet	Ikan segar lebih enak dinikmati (X <sub>2.2</sub> )
	3. Manfaat	Menjaga tubuh tetap sehat (X <sub>3.3</sub> )
Persepsi (X <sub>2</sub> )	1. Rasa	Rasa ikan segar yang enak (X <sub>2.1</sub> )
	2. Pengelihatan	Tampilan penyajian yang bagus membangkitkan selera makan (X <sub>2.2</sub> )
	3. Pendengaran	Sudah banyak yang mengkonsumsi dikalangan masyarakat (X <sub>2.3</sub> )
Pembelajaran (X <sub>3</sub> )	1. Membedakan	Membedakan kualitas ikan yang baik dan yang tidak (X <sub>3.1</sub> )
	2. Diri Sendiri	Pengalaman sendiri dalam mengkonsumsi ikan (X <sub>3.2</sub> )
	3. Produk sebagai lauk	Ikan menjadi makanan sehari-hari (X <sub>3.3</sub> )
Sikap (X <sub>4</sub> )	1. Mengkonsumsi ikan karena manfaat	Kebanyakan mengkonsumsi ikan karena banyak manfaatnya (X <sub>4.1</sub> )
	2. Keamanan produk	Tidak ada kandungan zat kimia berbahaya (X <sub>4.2</sub> )
	3. Nilai Gizi	Ikan mempunyai nilai gizi yang tinggi (X <sub>4.3</sub> )

### 3.7.2. Variabel

Menurut Sugiyono (2014), variabel penelitian pada dasarnya merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini mempunyai dua variabel yaitu variabel terikat (Y) perilaku konsumen dan variabel bebas (X) faktor-faktor psikologis konsumen.



### 1. Variabel Terikat (Dependent)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh adanya variabel bebas, variabel terikatnya adalah perilaku konsumen ( $Y$ ).

### 2. Variabel Bebas (Independent)

variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi sebab adanya variabel terikat, variabel bebasnya dalam penelitian ini adalah faktor-faktor psikologis ( $X$ ) yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu 1) Motivasi ( $X_1$ ), 2) Persepsi ( $X_2$ ), 3) Pembelajaran ( $X_3$ ), 4) Sikap ( $X_4$ ).

## 3.8 Skala Pengukuran

Pengukuran merupakan suatu proses yang mana suatu angka atau simbol dilekatkan pada karakteristik atau properti suatu stimuli sesuai dengan aturan atau prosedur yang telah ditetapkan. Misalkan orang dapat digambarkan dari beberapa karakteristik seperti umur, pendidikan, pendapatan, jenis kelamin dan preferensi terhadap merek barang tertentu. Skala pengukuran yang sesuai dapat digunakan untuk menunjukkan karakteristik ini (Ghozali, 2011).

Menurut Sugiyono (2014), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran nilai variabel yang diukur dengan instrument tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif. Ada berbagai skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian administrasi, pendidikan dan sosial diantaranya : 1). *Skala Likert*, 2). *Skala Guttman*, 3). *Rating Scale*, 4). *Semantic*. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* yang akan menghasilkan respon terhadap sebuah stimulasi yang disajikan dalam bentuk kategori *Likert*. *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan

persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan. Jawaban setiap instrumen mempunyai nilai dari sangat positif hingga sangat negatif, yang berupa kata-kata Sangat Setuju, Setuju, Cukup Setuju (Keragu-raguan), Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju dengan skor atau nilai 5 sampai 1.

Dalam pengukuran variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen (Y) adalah faktor-faktor psikologis (X), dari motivasi ( $X_1$ ), persepsi ( $X_2$ ), pembelajaran ( $X_3$ ) dan sikap ( $X_4$ ), ada 5 kategori penilaian, yaitu:

Tabel 3. Pemberian Nilai Jawaban Responden

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

### 3.9 Teknik Analisa Data

Untuk menjawab tujuan dari penelitian ini maka digunakan beberapa macam jenis analisis. Dimana jenis-jenis analisis tersebut yaitu analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, analisis determinasi ( $R^2$ ), uji F dan uji t. Adapun penjelasan dari analisis-analisis tersebut adalah sebagai berikut:

#### 3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Tabachnick (1996) dalam Ghozali (2011), hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independent. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependent dengan suatu persamaan. Koefisien regresi dihitung dengan dua tujuan sekaligus: yang

pertama, meminimumkan penyimpangan antara nilai aktual dan nilai estimasi variabel dependent berdasarkan data yang ada.

Untuk melihat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent, maka pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda (*multiple regression analysis*). Berdasarkan analisis tersebut akan diperoleh persamaan regresi linier berganda (Nasikan dan Begy, 2013). Pada penelitian ini variabel analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) yaitu: faktor psikologis ( $X$ ) antara lain: motivasi ( $X_1$ ), persepsi ( $X_2$ ), pembelajaran ( $X_3$ ) dan sikap ( $X_4$ ) terhadap variabel terikat (*dependent*) yaitu perilaku konsumen ( $Y$ ), dengan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Dimana :

- Y = Keputusan mengkonsumsi
- a = Konstanta
- $X_1$  = Motivasi
- $X_2$  = Persepsi
- $X_3$  = Pembelajaran
- $X_4$  = Sikap
- b = Koefisiensi variabel bebas
- e = Standar error atau kesalahan pengganggu

### 3.9.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat. Penelitian ini menggunakan tiga pengujian asumsi klasik

yaitu uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan normalitas yang akan dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Uji Multikoleniaritas

Menurut Ghozali (2011), pengujian dengan multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi dapat ditemukan adanya korelasi diantara variabel bebas. Pengujian multikolonieritas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai dari *Variance Infation Factor* (VIF) dan *Tolerance*-nya yang dapat mengidentifikasi ada atau tidaknya masalah multikolonieritas. Apabila  $VIF < 10$  atau  $Tolerance > 0.010$ , maka model regresi yang digunakan pada penelitian ini dianggap tidak memiliki masalah multikoleniaritas.

### 2. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas, jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Gejala heterokedastisitas dapat dilihat dari nilai signifikan yang berada di dalam tabel *coefficients* apabila nilainya  $> 0,05$  maka tidak ada gejala heterokedastisitas (Ghozali, 2011).

### 3. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011), pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variable bebas, variable terikat atau keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Cara yang dilakukan adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* yaitu dengan melihat nilai *Asymp.Sig.*, apabila nilainya 0,05 dapat dikatakan bahwa data tersebut terdistribusi dengan normal.

#### 4. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2011), pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

##### 3.9.3 Uji Statistik

Menurut Ghozali (2011) ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat dilihat dengan pengujian *goodness of fit*nya. Secara statistik setidaknya dapat diukur dari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ), nilai statistik F dan nilai statistik  $t$ . Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis daerah dimana  $H_0$  ditolak, sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana  $H_0$  diterima.

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

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$ . Apabila nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian mampu menjelaskan variabel dependen. Berbeda dengan R Square, nilai Adjusted R Square tidak akan menimbulkan bias karena nilai R Square dapat naik atau turun apabila sebuah variabel independen ditambahkan dalam model (Ghozali, 2011).

## 2. Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghozali (2011) Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi dan nilai F berhubungan dengan erat. Semakin besar nilai  $R^2$  maka semakin besar pula nilai F. Namun jika nilai  $R^2 = 1$ , maka F menjadi tak terhingga. Jadi dapat disimpulkan uji F yang mengukur signifikansi secara keseluruhan dari garis regresi dapat digunakan untuk menguji signifikansi dari  $R^2$ . Atau dengan kata lain pengujian F statistik sama dengan pengujian terhadap nilai  $R^2$  sama dengan nol.

- Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak yang berarti semua variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh secara nyata pada variabel terikat.
- Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima yang berarti semua variabel bebas tidak berpengaruh nyata pada variabel terikat.

## 3. Uji t (Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2011) uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan.

- Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima yang artinya variabel bebas tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.
- Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak yang artinya variabel bebas berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Profil SMA Negeri 1 Kraksaan Probolinggo

Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Kraksaan adalah sebuah sekolah ternama di Kabupaten Probolinggo yang terletak di Kelurahan Sidomukti Kecamatan Kraksaan Kabupaten Probolinggo lebih tepatnya terletak di jalan Imam Bonjol no.13, sekolah ini berdiri pada tahun 1979 dan pernah direnovasi pada tahun 1994 dan 2004 dalam proses pengembangan sekolah, saat ini SMA Negeri 1 Kraksaan memiliki jumlah siswa-siswi 800 orang, tenaga pengajar 50 orang, dan staf sebanyak 20 orang. Untuk lebih lengkapnya tentang identitas sekolah dan fasilitas SMA Negeri 1 Kraksaan bisa dilihat pada tabel 4 dan tabel 5.

Tabel 4. Identitas Sekolah

No.	IDENTITAS SEKOLAH	
1.	Nama Sekolah	SMA Negeri 1 Kraksaan
2.	Nomor statistik sekolah	301052015002
3.	Propinsi	Jawa Timur
4.	Otonomi Daerah	Kab. Probolinggo
5.	Kecamatan	Kraksaan
6.	Desa / Kelurahan	Sidomukti
7.	Jalan dan Nomor	Imam Bonjol, no 3
8.	Kode Pos	67282
9.	Telepon	(0335) 841214
10.	Faxcimile / Fax	(0335) 841214
11.	Daerah	Perkotaan
12.	Status Sekolah	Negeri
13.	Kelompok Sekolah	Inti
14.	Surat Keputusan	A/5/BASM/P/1/2005, Tgl 25-1-2005
15.	Tahun Berdiri	1979
16.	Tahun Perubahan	1994 dan 2004
17.	Kegiatan Belajar Mengajar	Pagi
18.	Bangunan Sekolah	Milik Sendiri
19.	Lokasi Sekolah	Jl. Imam Bonjol, no 3
20.	Jarak Ke Pusat Kecamatan	1 KM
21.	Jarak Ke Pusat Otoda	1 KM
22.	Terletak Pada Lintasan	Kecamatan
23.	Perjalanan / Perubahan Sekolah	SMA, SMU, SMA
24.	Organisasi Penyelenggara	Pemerintah

Sumber : Data Sekunder, 2015

Tabel 5. Fasilitas Sekolah

No.	Fasilitas-Fasilitas Sekolah
1.	Ruang Kepala Sekolah dan Jajaran
2.	Ruang Staf Administrasi
3.	Ruang Guru
4.	Ruang Kelas
5.	Ruang Laboratorium
6.	Ruang Teknologi dan Informasi
7.	Ruang Perpustakaan
8.	Ruang Unit Kesehatan Siswa (UKS)
9.	Ruang Ekstrakurikuler
10.	Masjid
11.	Aula
12.	Lapangan
13.	Kamar Mandi
14.	Kantin
15.	Tempat Parkir

Sumber : Data Sekunder, 2015

#### 4.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo Jawa Timur, kelas XI jurusan IPA, IPS dan kelas XII jurusan IPA, IPS. Pemilihan responden diambil secara acak dari setiap kelas. Pada kelas XI terdapat 10 kelas, jurusan IPA 6 kelas dan jurusan IPS 4 kelas dengan siswa satu kelasnya 36 siswa, total siswa kelas XI jumlahnya 360 siswa sedangkan pada kelas XII terdapat 8 kelas, jurusan IPA 6 kelas dan jurusan IPS 2 kelas dengan satu kelasnya 36 siswa, total siswa kelas XII jumlahnya 288 siswa. Pemilihan sampel dilakukan secara acak pada setiap jurusan untuk diambil sampelnya. Jumlah responden dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus *Slovin*. Dan dari rumus tersebut ditemukan jumlah responden yaitu 87 responden. Karena semua kelas XI dan XII pada jurusan IPA dan IPS jumlah siswanya sama yaitu berjumlah 36 siswa maka pengambilan sampel setiap kelasnya berjumlah 5 responden, hal ini ditentukan dengan jumlah kuisisioner dibagi banyaknya kelas sehingga muncul jumlah responden.

### 4.3 Jumlah Responden Menurut Uang Saku

Uang saku adalah salah satu hal yang mendorong siswa dalam mengambil keputusan mengkonsumsi produk perikanan. Dengan mengetahui uang saku responden yang diteliti maka dapat mengetahui pengelompokan responden dari tingkat uang saku. Dimana pada penelitian ini menetapkan pengelompokan uang saku responden menjadi 3 bagian yaitu bagian pertama sebesar kurang dari Rp. 10.000,- dan bagian kedua sebesar antara Rp.10.000,- sampai Rp. 15.000,- sedangkan pada bagian ketiga sebesar lebih dari Rp. 15.000,-. Data tersebut dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Daftar Tingkat Uang Saku Responden

No.	Uang Saku	Jumlah (Siswa/i)	Prosentase (%)
1.	< 10.000	13	14,9
2.	10.000 – 15.000	64	73,5
3.	> 15.000	10	11,4
<b>Jumlah</b>		<b>87</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2015

Berdasarkan dari tabel 6 dapat disimpulkan bahwa konsumen ikan pada siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo terbanyak menurut jumlah uang saku yang dimiliki yaitu urutan pertama konsumen siswa SMA dengan uang saku Rp. 10.000,- sampai Rp. 15.000,-/hari dengan jumlah 64 orang atau 43,5%, urutan kedua yaitu konsumen siswa SMA dengan uang saku < Rp. 10.000,-/hari dengan jumlah 13 orang atau 14,9%, dan pada urutan terakhir yaitu konsumen siswa SMA dengan uang saku > Rp.15.000,-/hari dengan jumlah 10 orang atau 11,4%. Jumlah uang saku siswa SMA Negeri 1 Kraksaan tidak mempengaruhi minat mengkonsumsi ikan, hal ini dikarenakan bahwa siswa SMA Negeri 1 Kraksaan dalam mengkonsumsi ikan tidak melihat harga dari ikan yang dikonsumsi melainkan siswa mengkonsumsi ikan dikarenakan kandungan yang terdapat dalam ikan mempunyai banyak manfaat bagi tubuh manusia, hal ini

yang mendorong siswa SMA Negeri 1 Kraksaan untuk mengkonsumsi ikan, sehingga jumlah uang saku tidak mempengaruhi minat konsumsi ikan.

#### 4.4 Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi ini dilakukan untuk mengetahui variasi jawaban responden dari pertanyaan yang diajukan dalam angket/kuisisioner. Variasi jawaban dari kuisisioner tersebut tercantum pada tabel sebagai berikut:

##### 4.4.1 Variabel Perilaku Konsumen

Tabel 7. Frekuensi Variabel Perilaku Konsumen (Y)

No.	Pertanyaan	Jumlah	
		Responden	Prosentase
1.	Harga ikan bisa dijangkau semua kalangan?		
	a. Sangat Setuju	32	36,7
	b. Setuju	<b>36</b>	<b>41,3</b>
	c. Cukup Setuju	16	18,3
	d. Tidak Setuju	3	3,4
	e. Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100</b>
2.	Diolah dengan cara digoreng?		
	a. Sangat Setuju	11	12,6
	b. Setuju	<b>50</b>	<b>57,4</b>
	c. Cukup Setuju	16	18,3
	d. Tidak Setuju	10	11,4
	e. Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100</b>
3.	Diolah dengan cara dibakar?		
	a. Sangat Setuju	20	22,9
	b. Setuju	<b>45</b>	<b>51,7</b>
	c. Cukup Setuju	20	22,9
	d. Tidak Setuju	2	2,2
	e. Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2015

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa hasil distribusi pada jawaban responden berdasarkan variabel perilaku konsumen (Y) dengan pertanyaan harga ikan bisa dijangkau semua kalangan (Y<sub>1</sub>), sebanyak 36 responden atau 41,3% menjawab “setuju”, 32 responden atau 36,7% menjawab “sangat setuju”, 16 responden atau 18,3% menjawab “cukup setuju” dan 3 responden atau 3,4%

menjawab “tidak setuju”, apabila dilihat dari sudut pandang bahwa ikan segar terjangkau semua kalangan dimasyarakat. Dengan murahnya harga ikan yang beredar di masyarakat membuat meningkatnya konsumsi ikan yang memang sangat dibutuhkan bagi masyarakat Indonesia yang kebanyakan adalah masyarakat menengah kebawah.

Pada pertanyaan apakah diolah dengan cara digoreng ( $Y_2$ ), sebanyak 50 responden atau 57,4% menjawab “setuju”, 16 responden atau 18,3% menjawab “cukup setuju”, 11 responden atau 12,6% menjawab “sangat setuju” dan 10 responden atau 11,4% menjawab “tidak setuju”, apabila dilihat dari sudut pandang cara pengolahannya yaitu dengan cara digoreng. Karena penampilan atau penyajian ikan dapat meningkatkan daya nafsu makan, sehingga dapat meningkatkan konsumsi ikan yang mempunyai manfaat.

Pada pertanyaan apakah diolah dengan cara dibakar ( $Y_3$ ), sebanyak 45 responden atau 51,7% menjawab “setuju”, 20 responden atau 22,9% menjawab “sangat setuju” dan “cukup setuju”, 2 responden atau 2,2% menjawab “tidak setuju”, apabila dilihat dari sudut pandang cara pengolahannya yaitu dengan cara dibakar. Karena penampilan atau penyajian ikan dapat meningkatkan daya nafsu makan, sehingga dapat meningkatkan konsumsi ikan yang mempunyai manfaat.

#### 4.4.2 Variabel Motivasi

Tabel 8. Frekuensi Variabel Motivasi ( $X_1$ )

No.	Pertanyaan	Jumlah	
		Responden	Prosentase
1.	Ikan mempunyai kandungan gizi yang tinggi?		
	a. Sangat Setuju	67	77
	b. Setuju	18	20,6
	c. Cukup Setuju	1	1,1
	d. Tidak Setuju	1	1,1
	e. Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Total</b>	87	100

Lanjutan tabel 8. Frekuensi Variabel Motivasi ( $X_1$ )

No.	Pertanyaan	Jumlah	
2.	Ikan tidak memakai bahan pengawet?	Responden	Prosentase
a.	Sangat Setuju	<b>37</b>	<b>42,5</b>
b.	Setuju	34	39
c.	Cukup Setuju	12	13,7
d.	Tidak Setuju	3	3,4
e.	Sangat Tidak Setuju	1	1,1
	<b>Total</b>	87	100
3.	Ikan mempunyai manfaat yang tinggi bagi tubuh?		
a.	Sangat Setuju	<b>59</b>	<b>67,8</b>
b.	Setuju	23	26,4
c.	Cukup Setuju	3	3,4
d.	Tidak Setuju	1	1,1
e.	Sangat Tidak Setuju	1	1,1
	<b>Total</b>	87	100

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2015

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa hasil distribusi pada jawaban responden berdasarkan variabel motivasi ( $X_1$ ) dengan pertanyaan ikan mempunyai kandungan gizi yang tinggi ( $X_{1.1}$ ), sebanyak 67 responden atau 77% menjawab “sangat setuju”, 18 responden atau 20,6% menjawab “setuju”, 1 responden atau 1,1% menjawab “cukup setuju” dan “tidak setuju”, apabila dilihat dari sudut pandang bahwa ikan memiliki kandungan gizi yang tinggi. Dengan mengetahui akan kandungan gizi ikan yang tinggi membuat siswa termotivasi untuk mengonsumsi ikan.

Pada pertanyaan apakah ikan tidak memakai bahan pengawet ( $X_{1.2}$ ), sebanyak 37 responden atau 42,5% menjawab “sangat setuju”, 34 responden atau 39% menjawab “setuju”, 12 responden atau 13,7% menjawab “cukup setuju”, 3 responden atau 3,4% menjawab “tidak setuju”, 1 responden atau 1,1% menjawab “sangat tidak setuju”, apabila dilihat dari sudut pandang bahwa ikan tidak memakai bahan pengawet dalam pengolahannya. Dengan mengetahui bahwa ikan tidak menggunakan bahan pengawet dalam pengolahannya membuat siswa termotivasi untuk mengonsumsi ikan dan merasa aman memakan olahan ikan.

Pada pertanyaan apakah ikan mempunyai manfaat yang tinggi bagi tubuh ( $X_{1.3}$ ), sebanyak 59 responden atau 67,8% menjawab “sangat setuju”, 23 responden atau 26,4% menjawab “setuju”, 3 responden atau 3,4% menjawab “cukup setuju” dan 1 responden atau 1,1% menjawab “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju”, apabila dilihat dari sudut pandang bahwa ikan mempunyai manfaat yang tinggi bagi tubuh manusia. Dengan mengetahui ikan mempunyai banyak manfaat bagi tubuh membuat siswa termotivasi untuk mengkonsumsi ikan.

#### 4.4.3 Variabel Persepsi

Tabel 9. Frekuensi Variabel Persepsi ( $X_2$ )

No.	Pertanyaan	Jumlah	
1.	Ikan memiliki rasa yang enak dan gurih?	Responden	Prosentase
a.	Sangat Setuju	39	44,8
b.	Setuju	<b>43</b>	<b>49,4</b>
c.	Cukup Setuju	5	5,7
d.	Tidak Setuju	-	-
e.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100</b>
2.	Tampilan atau penyajiannya membangkitkan selera makan?		
a.	Sangat Setuju	35	40,2
b.	Setuju	<b>36</b>	<b>41,3</b>
c.	Cukup Setuju	15	17,2
d.	Tidak Setuju	1	1,1
e.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100</b>
3.	Sudah banyak yang mengkonsumsi dikalangan masyarakat?		
a.	Sangat Setuju	<b>38</b>	<b>43,6</b>
b.	Setuju	28	32,1
c.	Cukup Setuju	18	20,6
d.	Tidak Setuju	3	3,4
e.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2015

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa hasil distribusi pada jawaban responden berdasarkan variabel persepsi ( $X_2$ ) dengan pertanyaan ikan memiliki rasa yang enak dan gurih ( $X_{2.1}$ ), sebanyak 43 responden atau 49,4% menjawab “setuju”, 39 responden atau 44,8% menjawab “sangat setuju” dan 5 responden

atau 5,7% menjawab “cukup setuju”, apabila dilihat dari sudut pandang bahwa ikan memiliki rasa yang enak dan gurih. Persepsi tentang rasa ikan yang enak dan gurih membuat tingkat konsumsi ikan menjadi meningkat dikalangan siswa.

Pada pertanyaan apakah tampilan atau penyajiannya membangkitkan selera makan ( $X_{2.2}$ ), sebanyak 36 responden atau 41,3% menjawab “setuju”, 35 responden atau 40,2% menjawab “sangat setuju”, 15 responden atau 17,2% menjawab “cukup setuju” dan 1 responden atau 1,1% menjawab “tidak setuju”, apabila dilihat dari sudut pandang bahwa tampilan atau penyajiannya membangkitkan selera makan. Pandangan siswa bahwa penyajian yang menarik membuat selera makan menjadi meningkat, sehingga tingkat konsumsi ikan menjadi meningkat.

Pada pertanyaan apakah sudah banyak yang mengkonsumsi dikalangan masyarakat ( $X_{2.3}$ ), sebanyak 38 responden atau 43,6% menjawab “sangat setuju”, 28 responden atau 32,1% menjawab “setuju”, 18 responden atau 20,6% menjawab “cukup setuju” dan 3 responden atau 3,4% menjawab “tidak setuju”, apabila dilihat dari sudut pandang bahwa dikalangan masyarakat sudah banyak yang mengkonsumsi ikan. Dengan mengetahui bahwa dikalangan masyarakat sudah banyak yang mengkonsumsi ikan karena manfaatnya, sehingga mempengaruhi tingkat konsumsi ikan dikalangan siswa.

#### 4.4.4 Variabel Pembelajaran

Tabel 10. Frekuensi Variabel Pembelajaran ( $X_3$ )

No.	Pertanyaan	Jumlah	
1.	Bisa membedakan kualitas ikan yang baik dan yang tidak?	Responden	Prosentase
a.	Sangat Setuju	16	18,3
b.	Setuju	41	47,1
c.	Cukup Setuju	22	25,2
d.	Tidak Setuju	8	9,1
e.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Total</b>		87	100

Lanjutan tabel 10. Frekuensi Variabel Pembelajaran ( $X_3$ )

No.	Pertanyaan	Jumlah	
2.	Mengonsumsi ikan karena pengalaman jika ikan mempunyai manfaat yang banyak?	Responden	Responden
a.	Sangat Setuju	24	27,5
b.	Setuju	<b>52</b>	<b>59,7</b>
c.	Cukup Setuju	9	10,3
d.	Tidak Setuju	2	2,2
e.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Total</b>	87	100
3.	Menjadikan ikan makanan sehari-hari?		
a.	Sangat Setuju	17	19,5
b.	Setuju	31	35,6
c.	Cukup Setuju	<b>33</b>	<b>37,9</b>
d.	Tidak Setuju	6	6,9
e.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Total</b>	87	100

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2015

Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa hasil distribusi pada jawaban responden berdasarkan variabel pembelajaran ( $X_3$ ) dengan pertanyaan apakah bisa membedakan kualitas ikan yang baik dan yang tidak ( $X_{3.1}$ ), sebanyak 41 responden atau 47,1% menjawab “setuju”, 22 responden atau 25,2% menjawab “cukup setuju”, 16 responden atau 18,3% menjawab “sangat setuju” dan 8 responden atau 9,1% menjawab “tidak setuju”, apabila dilihat dari sudut pandang bahwa responden dapat membedakan kualitas ikan yang baik dan yang tidak. Dengan mengetahui tentang kualitas ikan yang baik dan tidak membuat siswa merasa aman dalam mengonsumsi ikan.

Pada pertanyaan apakah mengonsumsi ikan karena pengalaman jika ikan mempunyai manfaat yang banyak ( $X_{3.2}$ ), sebanyak 52 responden atau 59,7% menjawab “setuju”, 24 responden atau 27,5% menjawab “sangat setuju”, 9 responden atau 10,3% menjawab “cukup setuju” dan 2 responden atau 2,2% menjawab “tidak setuju”, apabila dilihat dari sudut pandang bahwa responden mengonsumsi ikan karena pengalaman jika ikan mempunyai manfaat yang banyak bagi tubuh manusia. Dengan banyaknya pengalaman siswa dalam

mengonsumsi ikan membuat siswa mengetahui tentang manfaat yang dimiliki ikan bagi tubuh manusia.

Pada pertanyaan apakah menjadikan ikan makan sehari-hari ( $X_{3.3}$ ), sebanyak 33 responden atau 37,9% menjawab “cukup setuju”, 31 responden atau 35,6% menjawab “setuju”, 17 responden atau 19,5% menjawab “sangat setuju” dan 6 responden atau 6,9% menjawab “tidak setuju”, apabila dilihat dari sudut pandang bahwa menjadikan ikan sebagai lauk sehari-hari. Dengan banyaknya informasi yang diketahui siswa tentang manfaat ikan bagi tubuh membuat siswa memilih ikan sebagai lauk sehari-hari.

#### 4.4.5 Variabel Sikap

Tabel 11. Frekuensi Variabel Sikap ( $X_4$ )

No.	Pertanyaan	Jumlah	
		Responden	Prosentase
1.	Mengonsumsi ikan karena banyak manfaatnya?		
	a. Sangat Setuju	<b>48</b>	<b>55,1</b>
	b. Setuju	36	41,3
	c. Cukup Setuju	2	2,2
	d. Tidak Setuju	1	1,1
	e. Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100</b>
2.	Mengonsumsi ikan karena tidak mengandung zat yang berbahaya?		
	a. Sangat Setuju	28	32,1
	b. Setuju	<b>41</b>	<b>47,1</b>
	c. Cukup Setuju	13	14,9
	d. Tidak Setuju	3	3,4
	e. Sangat Tidak Setuju	2	2,2
	<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100</b>
3.	Menjadikan ikan yang mempunyai kandungan gizi tinggi?		
	a. Sangat Setuju	<b>52</b>	<b>59,7</b>
	b. Setuju	33	37,9
	c. Cukup Setuju	1	1,1
	d. Tidak Setuju	1	1,1
	e. Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2015

Berdasarkan tabel 11, dapat diketahui bahwa hasil distribusi pada jawaban responden berdasarkan variabel sikap ( $X_4$ ) dengan pertanyaan apakah

mengonsumsi ikan karena banyak manfaatnya ( $X_{4.1}$ ), sebanyak 48 responden atau 55,1% menjawab “sangat setuju”, 36 responden atau 41,3% menjawab “setuju”, 2 responden atau 2,2% menjawab “cukup setuju” dan 1 responden atau 1,1% menjawab “tidak setuju”, apabila dilihat dari sudut pandang bahwa mengonsumsi ikan karena mempunyai banyak manfaat yang baik. Dengan mengetahui bahwa ikan mempunyai manfaat yang banyak bagi tubuh membuat sikap siswa bahwa mengonsumsi ikan sangat diperlukan.

Pada pertanyaan mengonsumsi ikan karena tidak mengandung zat yang berbahaya ( $X_{4.2}$ ), sebanyak 41 responden atau 47,1% menjawab “setuju”, 28 responden atau 32,1% menjawab “sangat setuju”, 13 responden atau 14,9% menjawab “cukup setuju”, 3 responden atau 3,4% menjawab “tidak setuju” dan 2 responden atau 2,2% menjawab “sangat tidak setuju”, apabila dilihat dari sudut pandang bahwa mengonsumsi ikan karena tidak mempunyai kandungan zat yang membahayakan tubuh manusia. Dengan mengetahui ikan tidak mempunyai kandungan zat yang berbahaya bagi tubuh, membuat sikap siswa merasa aman dalam mengonsumsi ikan yang sangat diperlukan tubuh sebagai sumber protein.

Pada pertanyaan menjadikan ikan yang mempunyai kandungan gizi tinggi ( $X_{4.3}$ ), sebanyak 52 responden atau 59,7% menjawab “sangat setuju”, 33 responden atau 37,9% menjawab “setuju” dan 1 responden atau 1,1% menjawab “cukup setuju” dan “tidak setuju”, apabila dilihat dari sudut pandang bahwa menjadikan ikan sebagai makanan yang mempunyai kandungan gizi yang tinggi. Sikap siswa dalam menilai bahwa ikan sebagai makanan yang mempunyai kandungan gizi yang tinggi membuat tingkat konsumsi ikan dikalangan siswa meningkat.

## 4.5 Analisa Regresi

### 4.5.1 Analisa Faktor Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen

Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas yaitu faktor psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap), terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian. Melalui perhitungan yang dilakukan menggunakan program aplikasi SPSS 16 for Windows diperoleh hasil koefisien pada tabel B yang menjelaskan regresi linier berganda dan sig yang dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Model Regresi Antara Variabel Psikologis (Motivasi, Persepsi, Pembelajaran dan Sikap) Dengan Variabel Perilaku Konsumen.

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	.521	1.010
X1 (Motivasi)	.244	.070
X2 (Persepsi)	.281	.084
X3 (Pembelajaran)	.216	.084
X4 (Sikap)	.217	.098

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Analisa Data, 2015

### 4.5.2 Persamaan Regresi Linier Berganda

Sesuai dengan yang tercantum pada tabel 12, didapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,521 + 0,244X_1 + 0,281X_2 + 0,216X_3 + 0,217X_4 + e$$

Hasil dari regresi linier berganda ini menunjukkan bahwa nilai konstanta yang dihasilkan sebesar 0,521 dengan nilai koefisien regresi B yang diperoleh setiap variabel yaitu nilai B variabel motivasi ( $X_1$ ), nilai B variabel persepsi ( $X_2$ ), nilai B variabel pembelajaran ( $X_3$ ) dan nilai B variabel sikap ( $X_4$ ). Dugaan dari nilai-nilai tersebut besarnya konstanta dari masing-masing koefisien regresi yang

didapat dari perhitungan melalui aplikasi SPSS 16 for Windows mempunyai makna sebagai berikut:

- $a = 0,521$

Merupakan nilai konstanta yang menunjukkan nilai dari perilaku konsumen apabila diukur dalam angka yang menunjukkan nilai sebesar 0,521. Dengan demikian nilai dari perilaku konsumen sebesar 0,521 tanpa dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu motivasi ( $X_1$ ), persepsi ( $X_2$ ), pembelajaran ( $X_3$ ) dan sikap ( $X_4$ ). Artinya nilai dari variabel terikat (perilaku konsumen) sebesar 0,521 jika tidak dipengaruhi oleh variabel bebas (faktor psikologis).

- $b_1 = 0,244$

Nilai koefisien regresi dari variabel motivasi ( $X_1$ ) yaitu bernilai positif, hal ini berarti antara variabel motivasi ( $X_1$ ) dengan variabel perilaku konsumen ( $Y$ ) mempunyai hubungan yang searah, sehingga jika nilai variabel motivasi naik sebesar satu satuan, maka mengubah nilai dari variabel perilaku konsumen sebesar 0,244 satuan. Dengan berasumsi bahwa nilai dari variabel bebas yang lain mempunyai nilai yang tetap atau yang disebut sebagai *ceteris paribus*, apabila variabel motivasi semakin bagus maka akan terlihat pada perilaku konsumen untuk mempertimbangkan mengkonsumsi ikan. Mereka beranggapan bahwa ikan memiliki kandungan protein yang tinggi, tidak memakai bahan pengawet dan mempunyai banyak manfaat bagi tubuh. Sehingga siswa menjadi termotivasi dalam mengkonsumsi ikan yang kaya akan kandungan gizinya.

- $b_2 = 0,281$

Nilai koefisien regresi dari variabel persepsi ( $X_2$ ) yaitu bernilai positif, hal ini berarti antara variabel persepsi ( $X_2$ ) dengan variabel perilaku konsumen ( $Y$ ) mempunyai hubungan yang searah, sehingga jika nilai variabel persepsi naik sebesar satu satuan, maka mengubah nilai dari variabel perilaku konsumen

sebesar 0,281 satuan. Dengan berasumsi bahwa nilai dari variabel bebas yang lain mempunyai nilai yang tetap atau yang disebut sebagai *ceteris paribus*, apabila variabel persepsi semakin bagus maka akan terlihat pada perilaku konsumen untuk mempertimbangkan mengkonsumsi ikan. Hal ini dikarenakan ikan memiliki rasa yang enak dan gurih, tampilan penyajiannya membangkitkan selera makan dan juga lingkungan masyarakat disana sudah banyak yang mengkonsumsi ikan. Sehingga persepsi siswa dengan berbagai macam tampilan masakan ikan membuat nafsu makan para siswa menjadi meningkat.

- $b_3 = 0,216$

Nilai koefisien regresi dari variabel pembelajaran ( $X_3$ ) yaitu bernilai positif, hal ini berarti antara variabel pembelajaran ( $X_3$ ) dengan variabel perilaku konsumen ( $Y$ ) mempunyai hubungan yang searah, sehingga jika nilai variabel pembelajaran naik sebesar satu satuan, maka mengubah nilai dari variabel perilaku konsumen sebesar 0,216 satuan. Dengan berasumsi bahwa nilai dari variabel bebas yang lain mempunyai nilai yang tetap atau yang disebut sebagai *ceteris paribus*, apabila variabel pembelajaran semakin bagus maka akan terlihat pada perilaku konsumen untuk mempertimbangkan mengkonsumsi ikan. Hal ini dikarenakan siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo bisa membedakan kualitas ikan yang baik dengan yang tidak baik dan menjadikan ikan sebagai makanan pokok dirumah, dan semakin banyak referensi yang dipelajari siswa maka akan meningkatkan konsumsi ikan.

- $b_4 = 0,217$

Nilai koefisien regresi dari variabel sikap ( $X_4$ ) yaitu bernilai positif, hal ini berarti antara variabel sikap ( $X_4$ ) dengan variabel perilaku konsumen ( $Y$ ) mempunyai hubungan yang searah, sehingga jika nilai variabel sikap naik sebesar satu satuan, maka mengubah nilai dari variabel perilaku konsumen

sebesar 0,217 satuan. Dengan berasumsi bahwa nilai dari variabel bebas yang lain mempunyai nilai yang tetap atau yang disebut sebagai *ceteris paribus*, apabila variabel sikap semakin bagus maka akan terlihat pada perilaku konsumen untuk mempertimbangkan mengkonsumsi ikan. Karena siswa SMA Negeri 1 kraksaan Kabupaten Probolinggo beranggapan bahwa mengkonsumsi ikan karena mempunyai banyak manfaat dan juga tidak mengandung zat berbahaya.

- e

merupakan *Human Error* sebagai pencipta variabel gangguan (random disturbance) disebut sebagai variabel gangguan karena variabel ini mengganggu hubungan yang pasti atau (deterministik) antara variabel bebas (faktor psikologis) dengan variabel terikat (perilaku konsumen).

#### 4.5.3 Uji Asumsi Klasik

Dilakukannya uji asumsi klasik untuk mengetahui apakah model estimasi telah memenuhi kriteria ekonometrika, dengan artian tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam metode Ordinary Least Square (OLS). Ada enam asumsi yang diperlukan dalam penaksiran yaitu rata-rata kesalahan pengganggu ( $e$ ) tidak ada, kesalahan pengganggu terdistribusi dengan normal, kesalahan pengganggu tidak berkorelasi dengan variabel terikat (perilaku konsumen), tidak ada autokorelasi antar gangguan ( $e$ ), tidak ada multikolinearitas dan varian kesalahan pengganggu tetap atau homoskedastisitas (tidak terjadi Heteroskedastisitas). Oleh sebab itu perlu dilakukannya uji asumsi klasik dimana pengujiannya sebagai berikut :

## 1. Uji Multikolonieritas

Multikolinieritas adalah terjadinya hubungan linier antara variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda, untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dalam model regresi linier berganda dapat digunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan tolerance dengan ketentuan jika nilai VIF melebihi angka 10, maka terjadi multikolinieritas dalam model regresi dan jika nilai tolerance sama dengan 1, maka tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi (Gujarati, 2003).

Tabel 13. Nilai *Tolerance* dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*)

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1 (Motivasi)	.602	1.661
X2 (Persepsi)	.522	1.914
X3 (Pembelajaran)	.616	1.623
X4 (Sikap)	.553	1.808

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Analisa Data, 2015

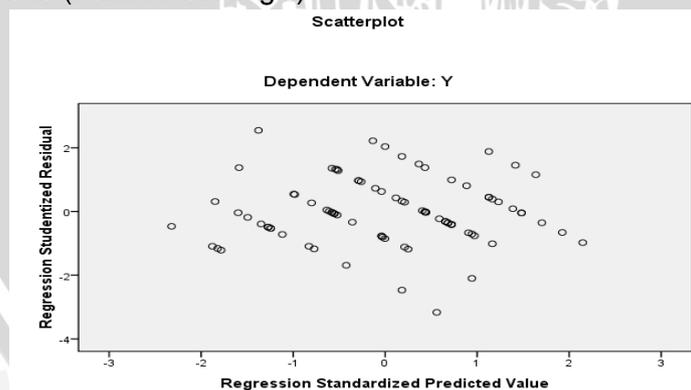
Sesuai dengan tabel 13, bahwa diketahui semua nilai dari  $VIF < 10$  dan nilai tolerance  $> 0,10$  ini menunjukkan semua variabel bebas (motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap) tidak mengalami multikolinieritas. Artinya variabel-variabel bebas (motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap) tersebut tidak mempengaruhi variabel bebas satu sama lain melainkan variabel bebas mempengaruhi variabel terikat (perilaku konsumen). Karena tingkat konsumsi ikan dikalangan siswa dipengaruhi oleh motivasi bahwa ikan mempunyai kandungan gizi yang tinggi, persepsi atau pandangan siswa terhadap ikan adalah positif sehingga meningkatkan konsumsi ikan, pembelajaran semakin banyak referensi yang dimiliki siswa maka meningkatkan jumlah konsumsi ikan dikalangan siswa, sikap siswa terhadap masakan ikan yang tidak memakai bahan yang berbahaya meningkatkan konsumsi ikan pada siswa.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas, jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

Dalam mendeteksi gejala heteroskedastisitas bisa menggunakan beberapa metode antara lain yaitu *metode grafik*, *metode ranksparmen*, *metode park gleyser* dan *metode barlet*. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode grafik scatterplot yang diperoleh dari analisa menggunakan pengujian regresi program SPSS 16 for Windows, jika penyebaran membentuk suatu pola tertentu maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas dan jika penyebaran tidak ada pola tertentu maka mengindikasikan tidak terjadinya heteroskedastisitas atau bisa disebut juga dengan homokedastisitas.

Gambar 2. Grafik Satterplot antara Variabel Terikat (Perilaku Konsumen) dengan Variabel Bebas (Faktor Psikologis)



Sumber : Analisa Data, 2015

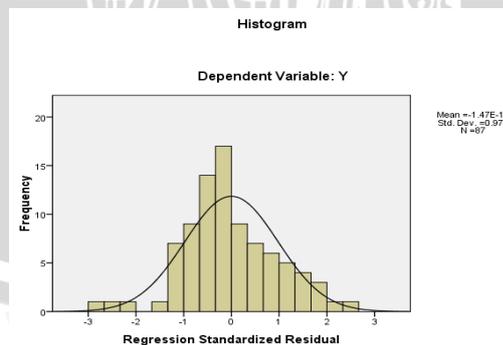
Sesuai dengan gambar 2. Diperoleh hasil bahwa data tidak terjadi heteroskedastisitas atau bisa disebut data mengalami homokedastisitas, bahwa data dari scatterplot tidak membentuk suatu pola tertentu atau bisa dikatakan

data menyebar. Artinya faktor pengganggu selalu sama atau tetap pada data pengamatan satu dengan pengamatan yang lain.

### 3. Uji Normalitas

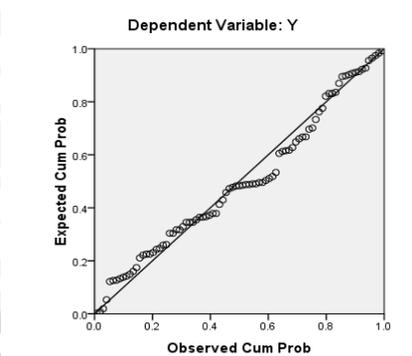
Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat) atau keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Cara yang dilakukan adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, yaitu dengan melihat nilai *Asymp.Sig*, apabila nilainya  $> 0,05$  dapat dikatakan bahwa data tersebut terdistribusi dengan normal (Ghozali, 2011).

Pada analisis ini bisa kita ketahui bahwa apakah data yang diperoleh terdistribusi secara normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas dapat dilihat dari histogram yaitu dengan ketentuan bahwa kurva dari histogram membentuk seperti lonceng atau genta (*bell-shape*), dengan demikian data dapat dikatakan terdistribusi secara normal dan dapat dilihat pada gambar 3. Selain histogram nilai uji normalitas juga dapat dilihat melalui normal P-P Plot of Regression Standardized Residual yaitu jika data plot berada pada sekitar atau mendekati garis diagonal maka data bisa dikatakan terdistribusi secara normal seperti pada gambar 4.



Gambar 3. Histogram antara Variabel Terikat (Perilaku Konsumen) dengan Variabel Bebas (Faktor Psikologis).  
Sumber : Analisa Data, 2015

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4. Normal P-P Plot antara Variabel Terikat (Perilaku Konsumen) dengan Variabel Bebas (Faktor Psikologis).

Sumber : Analisa Data, 2015

Hasil dari uji normalitas pada penelitian ini yaitu untuk histogram bahwa data terdistribusi dengan normal karena kurva berbentuk seperti lonceng sama seperti pada gambar 3. Dan untuk normal P-P Plot bahwa diperoleh data yang terdistribusi secara normal karena data plot berada pada sekitar garis diagonal seperti pada gambar 4.

#### 4. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara variabel error satu dengan variabel error lainnya. Autokorelasi ini biasanya terjadi pada data time series dan jarang ditemukan pada data cross section. Untuk mendeteksi adanya autokorelasi pada model regresi linier berganda dapat menggunakan metode Durbin-Watson (Widarjono, 2007).

Ketentuan nilai statistik Durbin-Watson adalah sebagai berikut :

- $0 > d < d_L$  : Menolak hipotesis nol (ada autokorelasi).
- $d_L < d < d_U$  : Daerah keragu-raguan (tidak ada keputusan).
- $d_U < d < 4 - d_U$  : Menerima hipotesis nol (tidak ada autokorelasi positif / negatif).
- $4 - d_U < d < 4 - d_L$  : Daerah keragu-raguan (tidak ada keputusan).
- $4 - d_L < d < 4$  : Menolak hipotesis nol (ada autokorelasi positif).

Berikut adalah hasil perhitungan faktor sosial dan faktor ekonomi untuk uji autokorelasi menggunakan metode Durbin-Watson pada SPSS 16.

Tabel 14. Model Summary antara Variabel Terikat (Perilaku Konsumen) dengan Variabel Bebas (Faktor Psikologis).

**Model Summary<sup>a</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.809 <sup>a</sup>	.654	.637	.72646	1.951

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Analisa Data, 2015

Berdasarkan pada tabel 14, diketahui nilai Durbin-Watson sebesar 1,951. Diketahui bahwa jumlah sampel sebanyak 87 orang, jumlah variabel bebas sebanyak 4, nilai  $k - 1$  sebesar 3 dan nilai  $\alpha$  sebesar 0,10. Nilai  $d_U$  sebesar 1,728 dan nilai  $d_L$  sebesar 1,594. Nilai Durbin-Watson yang terdapat pada Tabel menunjukkan berada diantara  $d_U$  dan  $4 - d_U$  ( $1,728 < 1,951 < 2,272$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam regresi linier tersebut tidak terdapat autokorelasi atau tidak terjadi korelasi diantara kesalahan pengganggu.

#### 4.5.4 Uji Statistik

Pengujian statistik bertujuan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual. Pada penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel dependen (terikat) sebagai variabel perilaku konsumen dan variabel independen (bebas) sebagai variabel faktor psikologi (motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap), pada analisis korelasi didapat hasil antara hubungan variabel bebas (faktor psikologi) dengan variabel terikat (perilaku konsumen) yang hubungan diantara keduanya dapat dikatakan cukup kuat, sehingga hubungan tersebut saling mempengaruhi, untuk mengetahui pengaruh diantara keduanya dapat dilakukan dengan pengujian statistik. Secara statistik dapat diukur dari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ), nilai statistik F dan nilai statistik t.

## 1. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur presentase total variasi dalam variabel terikat (perilaku konsumen) yang diterangkan oleh variabel bebas (faktor psikologi) secara simultan (bersama-sama).

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$ . Apabila nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya (Ghozali, 2011).

Untuk melihat nilai  $R^2$  bisa merujuk pada tabel 14. Pada model summary data yang dihasilkan menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  dari *Adjusted R square* sebesar 0,637. *Adjusted R square* digunakan karena bisa menjelaskan apakah proporsi keragaman variabel dependen (terikat) mampu dijelaskan oleh variabel independen (bebas) atau tidak. Sehingga dari hasil *Adjusted R square* sebesar 0,637 atau 63,7% variasi keputusan mengkonsumsi ikan segar ditentukan oleh motivasi ( $X_1$ ), persepsi ( $X_2$ ), pembelajaran ( $X_3$ ) dan sikap ( $X_4$ ). Sedangkan sebesar 36,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diikuti dalam model regresi ini, namun berpengaruh pada perilaku konsumen dalam mengambil keputusan mengkonsumsi ikan segar. Faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan mengkonsumsi ikan segar dijelaskan pada penelitian Alma (2011) bahwa keputusan mengkonsumsi merupakan suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli.

## 2. Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghozali (2011) Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi dan nilai F berhubungan dengan erat. Semakin besar nilai  $R^2$  maka semakin besar pula nilai F.

- Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak yang berarti semua variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh secara nyata pada variabel terikat
- Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima yang berarti semua variabel bebas tidak berpengaruh nyata pada variabel terikat.

Kemudian membuat hipotesis secara simultan, hipotesis secara simultan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- $H_0$  : Variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- $H_1$  : Variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

Nilai  $F_{hitung}$  diperoleh dari hasil pengujian regresi menggunakan program *SPSS 16 for Windows*. Perhitungan nilai F dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 15. ANOVA antara Variabel Terikat (Perilaku Konsumen) dengan Variabel Bebas (Faktor Psikologis).

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	81.828	4	20.457	38.763	.000 <sup>a</sup>
	Residual	43.275	82	.528		
Total		125.103	86			

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Analisa Data, 2015

Dari output diatas diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 38,763 dengan nilai regression 4 dan residual 82. Dengan nilai probability = 0.10 Kemudian dilihat pada  $F_{tabel}$  diperoleh sebesar 2,01. Dari hasil tersebut diperoleh Nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (38,763 >

2,01) berarti berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel terikat (keputusan mengkonsumsi). Artinya hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, dengan kata lain variabel independen (bebas) yang terdiri dari variabel motivasi ( $X_1$ ), persepsi ( $X_2$ ), pembelajaran ( $X_3$ ) dan sikap ( $X_4$ ) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh nyata terhadap keputusan mengkonsumsi produk perikanan yang dilakukan konsumen. Karena tingkat konsumsi ikan dikalangan siswa dipengaruhi oleh motivasi bahwa ikan mempunyai kandungan gizi yang tinggi, persepsi atau pandangan siswa terhadap ikan adalah positif sehingga meningkatkan konsumsi ikan, pembelajaran semakin banyak referensi yang dimiliki siswa maka meningkatkan jumlah konsumsi ikan dikalangan siswa, sikap siswa terhadap masakan ikan yang tidak memakai bahan yang berbahaya meningkatkan konsumsi ikan pada siswa.

### 3. Uji t (Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2011) uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan.

- Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima yang artinya variabel bebas tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.
- Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak yang artinya variabel bebas berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.

Kemudian membuat hipotesis secara parsial, hipotesis secara parsial pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- $H_0$  : Variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- $H_1$  : Variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 16. Coefficients Uji t antara Variabel Terikat (Perilaku Konsumen) dengan Variabel Bebas (Faktor Psikologis).

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.521	1.010		.516	.607
X1 (Motivasi)	.244	.070	.294	3.507	.001
X2 (Persepsi)	.281	.084	.301	3.351	.001
X3 (Pembelajaran)	.216	.084	.213	2.575	.012
X4 (Sikap)	.217	.098	.194	2.217	.029

a. Dependent Variable: Y

\*Dengan Tingkat Kesalahan 10%

Sumber : Analisa Data, 2015

### 1. Motivasi

Koefisien regresi variabel motivasi konsumen ( $X_1$ ) sebesar 0,244 artinya setiap perubahan satu satuan akan meningkatkan keputusan mengkonsumsi (Y) sebesar 0,244 satuan. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel motivasi memiliki nilai ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) atau ( $3,507 > 1,29183$ ), hal ini menunjukkan bahwa variabel motivasi berpengaruh nyata secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap keputusan mengkonsumsi dengan selang kepercayaan 90%, sebab indikator yang digunakan pada variabel motivasi yaitu kandungan gizi, tanpa bahan pengawet dan manfaat. Sehingga siswa termotivasi dalam mengkonsumsi ikan karena kandungan gizi yang dimiliki oleh ikan sangat banyak manfaatnya terhadap tubuh, membuat meningkatnya konsumsi ikan dikalangan siswa.

### 2. Persepsi

Koefisien regresi variabel persepsi ( $X_2$ ) sebesar 0,281 artinya setiap perubahan satu satuan akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,281 satuan. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel persepsi memiliki nilai ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) atau ( $3,351 > 1,29183$ ), hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi berpengaruh nyata secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap keputusan mengkonsumsi dengan selang kepercayaan 90%, sebab indikator yang

digunakan pada penelitian yaitu gambaran dan pemikiran. Bahwa gambaran dan pemikiran yang dimiliki siswa terhadap ikan sangat baik, karena siswa mengetahui manfaat dari ikan sangat diperlukan bagi tubuh sehingga meningkatkan konsumsi ikan dikalangan siswa.

### 3. Pembelajaran

Koefisien regresi variabel pembelajaran ( $X_3$ ) sebesar 0,216 artinya setiap perubahan satu satuan akan meningkatkan keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,216 satuan. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pembelajaran memiliki nilai ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) atau ( $2,575 > 1,29183$ ), hal ini menunjukkan bahwa variabel pembelajaran berpengaruh nyata secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap keputusan mengkonsumsi dengan selang kepercayaan 90%, sebab indikator yang digunakan yaitu pengalaman, kebutuhan dan pengetahuan konsumen. Semakin banyak referensi, pengetahuan yang dimiliki siswa dalam mengetahui kandungan-kandungan yang dimiliki oleh ikan membuat semakin meningkatnya konsumsi ikan dikalangan siswa.

### 4. Sikap

Koefisien regresi variabel sikap ( $X_4$ ) sebesar 0,217 artinya setiap perubahan satu satuan akan meningkatkan keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,217 satuan. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pembelajaran memiliki nilai ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) atau ( $2,217 > 1,29183$ ), hal ini menunjukkan bahwa variabel sikap berpengaruh nyata secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap keputusan mengkonsumsi dengan selang kepercayaan 90%, sebab indikator yang digunakan yaitu manfaat. Karena dengan mengetahui manfaat mengkonsumsi ikan bagi tubuh membuat siswa bersikap bahwa ikan sangat diperlukan untuk menambah kebutuhan gizi yang diperlukan tubuh, sehingga meningkatkan konsumsi ikan dikalangan siswa.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh faktor psikologis terhadap perilaku konsumen ikan segar pada siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh faktor psikologi yang terdiri dari variabel motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap, dari hasil penelitian ini bahwa faktor psikologi dapat mempengaruhi keputusan mengkonsumsi ikan segar secara simultan (bersama-sama). Dan secara parsial semua variabel motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap juga berpengaruh secara nyata, sebab siswa saat ini sudah mengerti dan sadar akan kebutuhan perlunya manfaat ikan terhadap tubuh manusia. Sehingga meningkatkan keputusan konsumen mengkonsumsi ikan.
2. Semua faktor psikologi (motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap) mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan mengkonsumsi ikan segar terhadap perilaku konsumen pada siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo, tetapi faktor yang sangat dominan mempengaruhi keputusan mengkonsumsi ikan adalah faktor motivasi dan faktor persepsi yang meliputi gaya hidup dan kebutuhan, serta pengetahuan konsumen.
3. Tingkat konsumsi ikan pada siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo sudah mulai banyak karena mereka sudah mengerti akan manfaat dan kebutuhan ikan bagi tubuh, sehingga jumlah banyaknya uang saku tidak mempengaruhi keputusan konsumen terhadap mengkonsumsi ikan, ini dibuktikan bahwa semua siswa meski memiliki jumlah uang saku yang berbeda mereka sama-sama setuju tentang kebutuhan mengkonsumsi ikan.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian tentang pengaruh faktor psikologis terhadap perilaku konsumen ikan segar pada siswa SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo, saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti antara lain:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan bahwa semua faktor psikologi (motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap) mempengaruhi secara nyata terhadap keputusan mengkonsumsi ikan, maka perlu adanya penelitian lebih lanjut dengan menggunakan faktor-faktor lain diluar penelitian ini, seperti faktor lingkungan dan marketing mix (product, place, price, promotion) dengan menggunakan variabel-variabel tersebut yang diluar dari variabel penelitian ini sehingga model yang dihasilkan lebih dapat signifikan.
2. Bagi instansi SMA Negeri 1 Kraksaan Kabupaten Probolinggo diharapkan memperhatikan kebutuhan siswanya terhadap mengkonsumsi ikan yang banyak mempunyai manfaat bagi tubuh manusia terutama pada remaja, bahwa kandungan gizi dari ikan memiliki beberapa manfaat seperti menambah daya ingat dan ini sangat penting bagi para siswa SMA mengingat mereka sebagai penerus bangsa.
3. Bagi pemerintah diharapkan lebih memperhatikan pengusaha-pengusaha ikan konsumsi karena konsumen produk ikan konsumsi semakin meningkat setiap tahunnya sehingga usaha ini layak dikembangkan. Serta dapat meningkatkan bauran pemasaran pengusaha ikan konsumsi, dan sehingga dapat semakin banyak dikenal oleh masyarakat.
4. Bagi pengusaha diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk perikanan di sekolah-sekolah agar para anak-anak remaja dapat lebih banyak mengkonsumsi ikan mengingat bahwa manfaat dari kandungannya yang sangat tinggi bagi tubuh manusia terutama bagi para siswa dan membuat ikan menjadi makanan sehari-hari.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifudin. 2002. Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Daud, A. 2014. Produksi Perikanan RI 2013 naik 26%. <http://ekbis.sindonews.com/read/824726/34/produksi-perikanan-ri-2013-naik-26-1389173989>. Diakses 19 Agustus 2015 pada pukul 14.00 WIB.
- Fauzi. Irfan. 2014. Pengaruh Faktor-Faktor Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen Ikan Segar Dalam Studi Kasus Pada Warung Cinta Damai Grape Kabupaten Madiun. Skripsi. Malang: Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan. Universitas Brawijaya.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. Merek dan Psikologi Konsumen. Surabaya: Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibson dan James. 1993. Organisasi: Perilaku, Struktur, Proses. Terjemahan Nunuk Andriani. Jakarta: Binarupa Aksara.
- KKP. 2014. <http://www.wpi.kkp.go.id/index.php/84-serial-manfaat-ikan/107-kontribusi-protein-ikan-2>. Diakses pada tanggal 9 Agustus 2015 pukul 21.15 WIB.
- Kotler Philip dan Keller K.L. 2002. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga. Anggota IKAPI.
- Maentingsih, Desiani. 2008. Hubungan Antara *Secure Attachment* Dengan Motivasi Berprestasi Pada Remaja. Depok. Universitas Gunadarma.
- Mangkunegara, A.P. 2001. Perilaku Konsumen. Bandung: Refika Aditama.
- Mappiare, A. 1990. Psikologi remaja. Surabaya: Percetakan Usaha Nasional.
- Marzuki. 2005. Metodologi Riset Cetakan Kelima. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Nasikan dan Begy. 2013. Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Selular Merk Nokia. Jurnal Manajemen dan Akuntansi. Lamongan: FE Universitas Islam Darul Ulum.
- Nawawi, Hadari. 2012. Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta: Penerbit Gadjah Mada University Press. Universitas Gadjah Mada.
- Olson, J. C. 2013. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Rola, Fasti. 2006. Hubungan Konsep Diri Dengan motivasi Berprestasi Pada Remaja. Medan: Universitas Sumatera Utara.

Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofyan. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia. Anggota IKAPI.

Shinta, Agustina. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press). Universitas Brawijaya

Sobur, Alex, 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.

Soehartono, Irawan. 2011. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.

Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: ALFABETA.

Surya, Mohamad. 2004. *Psikologi Pembelajaran dan Pengajaran*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.

Sutardjo, S.C. 2013. <http://nationalgeographic.co.id/berita/2013/11/perikanan-sebagai-pilar-ketahanan-pangan-dunia>. Diakses pada tanggal 23 Agustus 2015 pukul 23:35 WIB.

Umar, Husein. 1997. *Riset SDM dalam Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka.

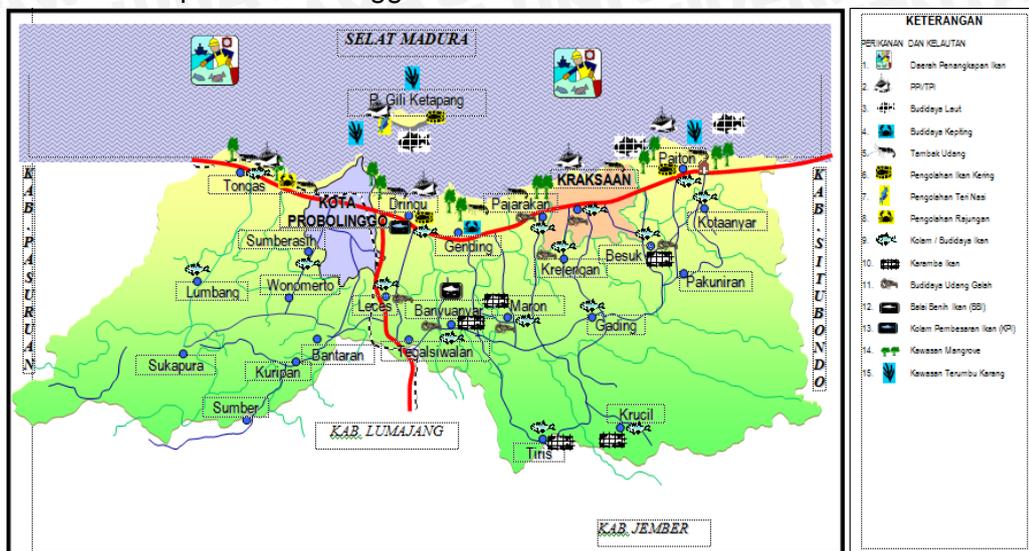
Usman, H dan Akbar P.S 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Bumi. Aksara.



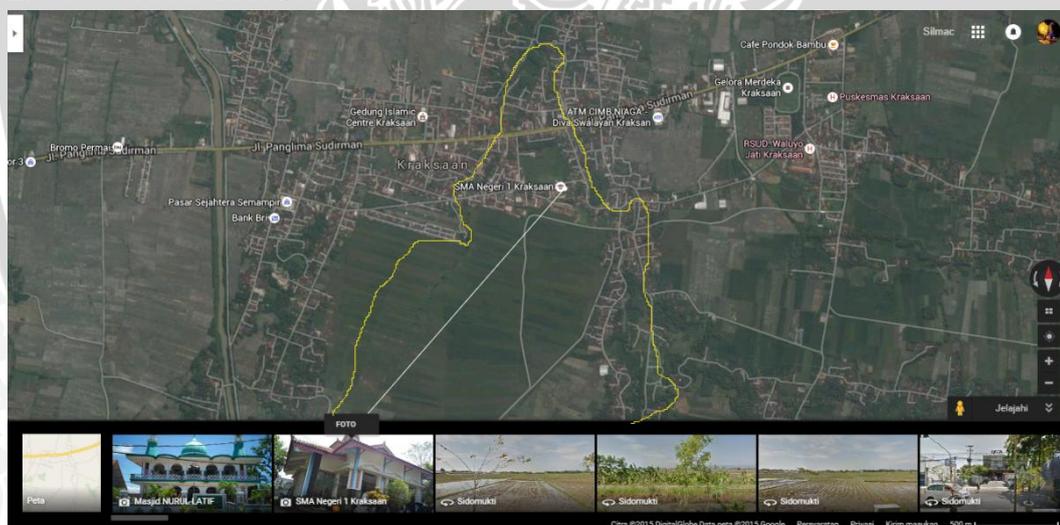
## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Peta kabupaten probolinggo dan Lokasi Penelitian

#### 1. Peta Kabupaten Probolinggo



#### 2. Peta Kelurahan Sidomukti



## Lampiran 2. Data Responden

No	Nama	X1	X2	X3	X4	Y
1	Evagustya Budi Hayati	14	12	12	12	10
2	Suryo Wicaksono	14	13	11	15	12
3	Rizqy Amrullah	14	14	11	14	13
4	Tiara Pangestu	14	11	10	13	14
5	Wiwik Mardiana	11	11	13	13	11
6	Muh. Rusdi Firdaus	14	14	13	14	12
7	M. Haris Alfaridzi	13	13	9	12	13
8	Dwi Mardiansyah	12	14	15	15	13
9	Ariel Gufron Syahro	15	9	13	14	14
10	Fastami Limayuha	14	14	12	11	14
11	Sherly Dwi Cahyani	15	15	12	14	14
12	Devi Yunita Putri Anggraini	15	15	11	15	13
13	Tania Lestari	15	14	14	14	11
14	Fiftien Afdalina Kursiyah	15	15	11	15	12
15	Alfina Apriliani	14	14	15	13	13
16	Nurul Sofia	13	12	11	15	13
17	Moch Rizki	11	14	13	13	11
18	Deder Redldi Chandra	15	13	14	15	13
19	Marina Indanas Tuti	15	13	12	13	13
20	Wivaqiyatus Sholehah	15	13	11	14	12
21	Ainiatul Mufidah	15	15	13	15	13
22	Tiara Ambar Dewi H	12	12	11	12	12
23	Zilfi Nurjannatul Basiroh	12	12	8	11	13
24	Vina Uswatun	13	13	11	12	11
25	Sofia Nur Laily	15	12	10	11	10
26	Viki Susandi	14	12	9	12	11
27	Alvin Ibrahim	15	11	10	13	12
28	Mustofa Ibrahim	11	13	12	10	9
29	Rizaldo W.Y	14	10	9	12	10
30	Nur hasanah	8	8	7	7	10
31	Dinar Supraba Taranggana Aji	14	12	11	14	13
32	Damar Alfif M	15	15	14	15	14
33	Dewi Nurkasih	14	15	13	13	14
34	Atik Komaria	12	12	12	13	12
35	Ilham Ridlo Ghaffar	10	9	10	12	12
36	Febrian	12	12	12	13	12
37	Faizal	13	12	10	12	12
38	Bunga Nuruliah Syahnaz	15	12	13	13	11
39	Akhmad Alfian M	15	14	11	13	15
40	Antonius Prawira	13	13	13	15	11

Lanjutan tabel lampiran 2. Data

No	Nama	X1	X2	X3	X4	Y
41	Kholifah	14	12	12	12	10
42	Siti Soniah	11	14	12	14	12
43	Dian Syafira	15	15	14	15	10
44	Ayu Pratiwi	14	12	13	14	9
45	M. Ghufron Novi T	14	13	11	15	11
46	M. Ghufron Najib R.I	15	14	13	15	13
47	Kintan Ayuni P	13	14	11	13	11
48	Jahrhun Alfiani	14	14	13	14	9
49	Ika Dewi Yanti	14	14	13	14	9
50	Moh. Jahrudy	15	13	11	12	10
51	Liyatul Walidah	13	10	12	11	13
52	Lidiya Lida	12	15	11	13	14
53	Joel Martua Pandepotan R	15	13	12	12	15
54	Mutiara Ambarini Sumantri	11	13	9	11	9
55	Tsamara Amalia Audra	12	10	9	11	10
56	Shella Eva Maria Dhina	12	10	10	12	8
57	Sayu Fadila Eka F. A	10	9	11	12	10
58	Nur Lailatul Azizah	12	11	9	12	13
59	Dody Taufiq H	13	13	11	12	13
60	Puteri Ramasari	14	12	9	12	11
61	Ayu Kusmaning Dewi	14	14	13	15	12
62	Melinda Sari	12	14	13	15	13
63	Nurotul Fitriyah	15	15	13	15	14
64	Lyta Septi Fauziah	12	12	12	12	12
65	Rifi Dwi Astuti	14	13	11	13	10
66	Rahma Fitri W	15	15	14	15	11
67	Gerina Dwi A	11	13	10	12	11
68	Raffits F	15	12	11	14	14
69	Muhammad Wahyu P.H	14	14	13	13	11
70	Ahmad Alfian F	15	14	10	12	11
71	Moh. Syaiful Anam	12	12	8	13	11
72	Kevin Rama D	13	10	11	12	11
73	Agus Apria W	14	13	11	15	10
74	Filda Krisma Yuniarti	14	12	13	15	12
75	Maratul Adila	15	13	8	14	13
76	Ahmad	15	14	13	15	11
77	Aldo Bareto	14	14	13	15	14
78	Alif Nandi p	15	15	12	15	13
79	M. Ilham Akbar	13	12	13	15	11
80	Didit Febriantoni P	13	15	12	12	14

Lanjutan tabel lampiran 2. Data Responden

No	Nama	X1	X2	X3	X4	Y
81	Annese Chintia	14	14	13	14	11
82	Aprilia	14	11	13	13	11
83	Dela Adelia	15	11	11	10	13
84	Chintya Tria R	14	12	10	10	12
85	Ade Fathur R	8	10	12	14	11
86	Dafa Eka P	14	12	10	13	12
87	Nur Rahmat Zainul I	14	12	14	13	12



### Lampiran 3. Tabel Hasil Analisis Regresi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.809 <sup>a</sup>	.654	.637	.72646	1.951

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig. <sup>a</sup>
1	Regression	81.828	4	20.457	38.763	.000 <sup>a</sup>
	Residual	43.275	82	.528		
	Total	125.103	86			

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

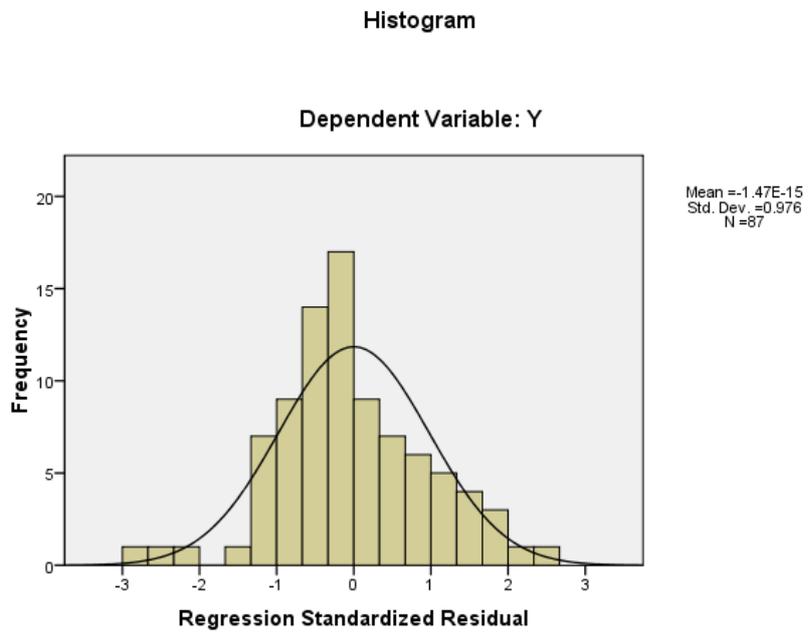
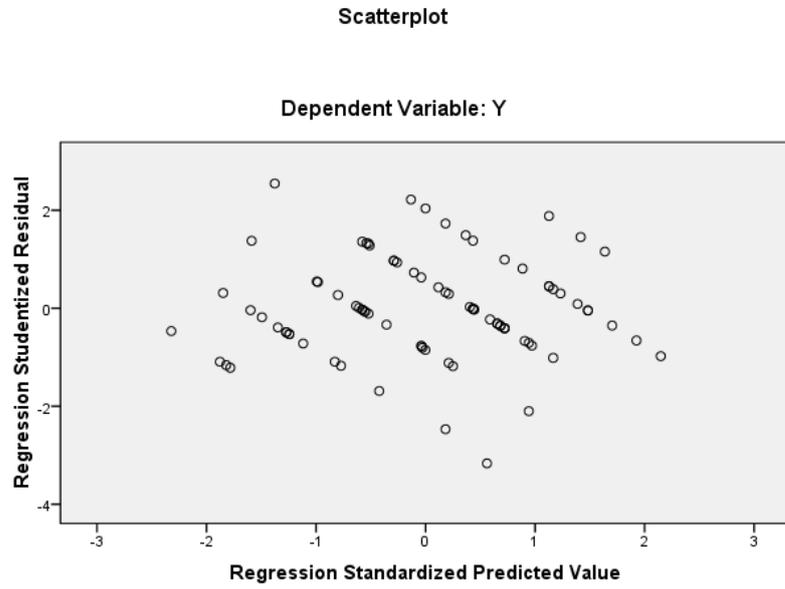
b. Dependent Variable: Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

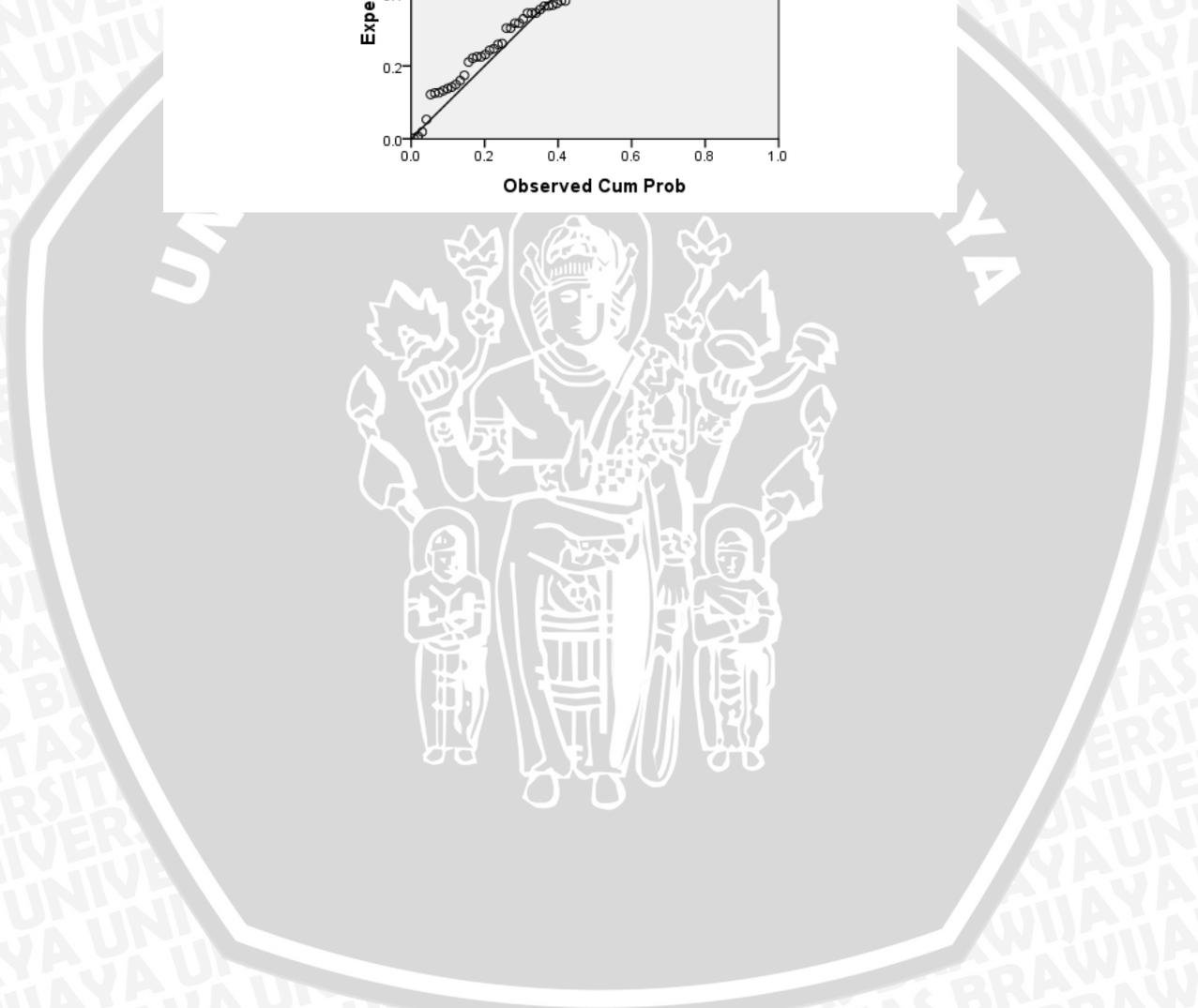
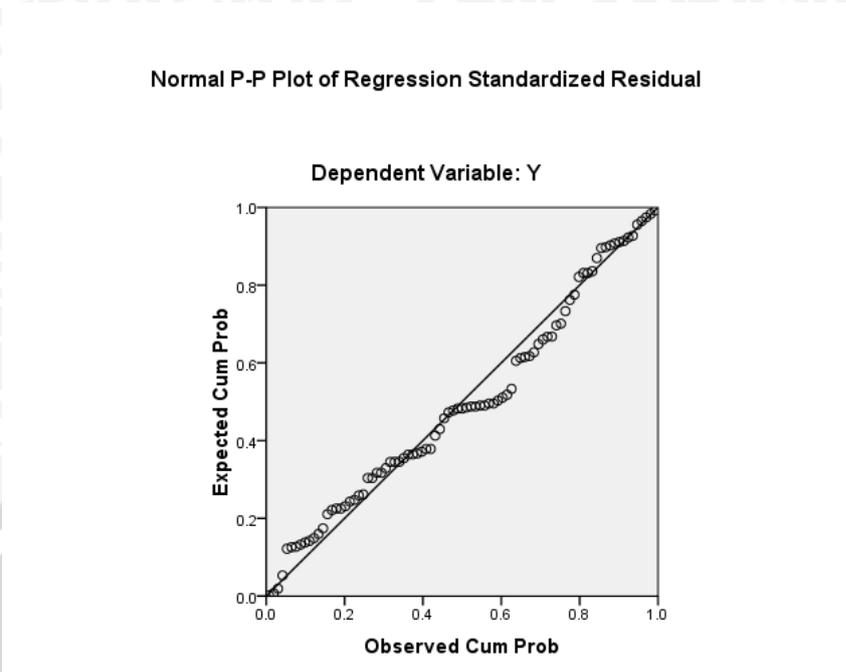
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.521	1.010		.516	.607						
	X1	.244	.070	.294	3.507	.001	.656	.361	.228	.602	1.661	
	X2	.281	.084	.301	3.351	.001	.695	.347	.218	.522	1.914	
	X3	.216	.084	.213	2.575	.012	.604	.274	.167	.616	1.623	
	X4	.217	.098	.194	2.217	.029	.637	.238	.144	.553	1.808	

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 4. Grafik Scatterplot, Kurva Histogram, Normal *P-P Plot*, dan *Kolmogrov-Smirnov*



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



## Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian

### 1. SMA Negeri 1 Kraksaan



### 2. Wawancara Wakil Kepala sekolah



### 3. Siswa-siswi SMA Negeri 1 Kraksaan



4. Pengisian Kuisisioner Oleh Responden

