

Analisis Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, dan Sikap Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Dalam Penggunaan *Orthodontisi* Pada Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri di Kota Palembang

Mujiyati¹, Zakaria Wahab²

1. Dosen Politeknik Kesehatan Palembang Prodi Keperawatan Gigi
2. Dosen Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi Unsri

Email : mujiyati_46@yahoo.co.id

Email : zkwabab@yahoo.com

Abstrak

Penelitian dilakukan pada siswa kelas X dan XI SMA Negeri di Kota Palembang yang menggunakan *orthodontisi*. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh motivasi, pengetahuan dan sikap konsumen secara parsial dan simultan terhadap pengambilan keputusan dalam penggunaan *orthodontisi* pada siswa SMA Negeri di Kota Palembang.

Desain penelitian yang dipakai adalah konklusif causal dan analisa data menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh SMA Negeri di Kota Palembang yang berjumlah 22 sekolah. Teknik pengambilan sampel dilakukan berdasarkan metode penarikan sampel acak sederhana dengan mengambil 1/3 dari jumlah populasi yaitu 8 (delapan) SMA Negeri di Kota Palembang. Responden berjumlah 305 siswa. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner dan jenis data adalah data primer. Teknik skala pengukuran menggunakan skala *Likert*. Teknik Analisa data menggunakan analisa regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan variabel motivasi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dan secara simultan variabel motivasi (X_1), pengetahuan (X_2) dan sikap (X_3) berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan (Y) dalam penggunaan *orthodontisi* pada siswa SMA Negeri di Kota Palembang sebesar 68,5%, sedangkan 31,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : *motivasi, pengetahuan, sikap, dan pengambilan keputusan*

Abstract

The purpose of this research is to know the effect of motivation, knowledge and consument attitude as partial and simultan to take the decision making in the use of orthodontics at the State high school students in Palembang. The design research used is conclusive causal and the file analysis used quantitative approach. The population in this research are all the member of civil senior high school students in Palembang as much as 22 schools. The technic taken the sample by simple random sampling method that taken 1/3 from all the population it's 8 (eight) senior high schools in the city of Palembang. The respondents are 305 students. The instrument that used is questionnaire and the type of file is the primary file. The technique of measurement scale used Likert scale. File analysis technic used multiple linear regression.

Result of this research show that in partial motivation variable, knowledge variable have significant effect in take decision making but attitude variable is not have significant effect in take the decision making, and the next as simultaneously motivation variable (X_1), knowledge (X_2), and attitude (X_3) significantly effect in decision making (Y) in the use of orthodontics at the State high school students in Palembang of 68.5%, while 31.5% be effected by other variable that unresearch.

Keywords : *motivation, knowledge, attitudes, and decision-making*

1. Pendahuluan

Data dari Dinas Pendidikan Pemuda dan Olah Raga Kota Palembang (2013), siswa SMA Negeri kelas X, XI, dan XII dari 22 sekolah, baik unggulan maupun tidak sebanyak 20.810 siswa. Sekolah tersebut tersebar di 16 kecamatan di Kota Palembang. Kondisi siswa SMA sendiri adalah para usia remaja yang secara kejiwaan merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa

Siswa usia remaja mulai kritis pada penampilan. Tanpa terkecuali terhadap masalah kesehatan gigi mereka yang harus terlihat rapi dan sehat. Untuk terlihat gigi rapi, para siswa mencoba untuk mengenal, memahami, dan menggunakan *ortho*. Sebab *ortho* tak hanya bertujuan untuk merapikan gigi tetapi juga berfungsi sebagai asesoris dan fashion serta melambungkan status sosial. Fenomena *ortho* sebagai mode memang tidak dapat dipungkiri telah menjadi tren dan gaya hidup serta menjamur di kalangan anak muda, tujuannya hanya untuk diakui di dalam lingkungan pergaulan mereka. Selain itu motivasi siswa menggunakan *ortho*, karena takut dianggap tidak gaul. *Ortho* awalnya berfungsi untuk memperbaiki susunan gigi, sekarang justru cenderung tidak lagi berfungsi sebagaimana mestinya.¹

Berbagai alasan dan motivasi dalam perawatan *ortho* dapat beraneka ragam, bergantung pengetahuan dan pengalaman si pemakai *ortho* itu sendiri. Motivasi dapat digambarkan sebagai tenaga pendorong dalam diri individu yang memaksa mereka untuk bertindak. Tenaga pendorong tersebut dihasilkan oleh keadaan tertekan, yang timbul sebagai akibat kebutuhan yang tidak terpenuhi². Studi yang dilakukan oleh Breece dan Nierberg (1986) menyatakan bahwa sebagian besar pasien *ortho* dewasa yang ditelitinya memilih penampilan sebagai motivasi utama.

Konsumen memiliki tingkat pengetahuan produk yang digunakan untuk menafsirkan informasi baru dan membuat keputusan pembelian. Tingkat pengetahuan dibentuk ketika seseorang mendapatkan konsep arti

terpisah dan menggabungkannya menjadi kategori pengetahuan secara abstrak dan lebih besar³. Produk *ortho* yang di tawarkan oleh pemasang *ortho* dapat menjadi salah satu pembentukan motivasi, dan sikap konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan. Disamping itu untuk mendapatkan *ortho* saat ini sangat mudah, karena *ortho* bisa dipasang tidak harus di dokter gigi, melainkan di perawat gigi. Semakin tingginya kebutuhan masyarakat terhadap *ortho* dan maka terjadi peningkatan persaingan dalam merebut konsumen pengguna *ortho*⁴.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi konsumen secara parsial terhadap pengambilan keputusan, mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen tentang produk secara parsial terhadap pengambilan keputusan.

2. Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Desain penelitian yang dipakai adalah konklusif kausal yaitu penelitian dengan survei dan bentuk pengujianannya dengan regresi linier berganda. Penelitian ini melihat pengaruh dan hubungan kausal antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Jenis data yang digunakan adalah data interval dengan menggunakan *Metode Successive Interval*. Teknik skala pengukuran dengan menggunakan skala *Likert*. Pernyataan diberikan berjenjang dengan 5 (lima) kategori respons yaitu (1=sangat tidak setuju, 2=tidak setuju, 3=kurang setuju, 4=setuju, dan 5=sangat setuju). Sedangkan sumber data yang digunakan adalah data primer. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada siswa di 8 (delapan) SMA Negeri di Kota Palembang yang menggunakan *ortho*.

Penarikan sampel dari SMA Negeri di Kota Palembang yang berjumlah 22 (dua puluh dua) sekolah, peneliti hanya mengambil 1/3 berdasarkan metode penarikan sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Responden adalah seluruh siswa yang

menggunakan *ortho* sebanyak 305 siswa yang berasal dari 8 (delapan) SMA Negeri terpilih.

Perhitungan statistik dalam penelitian ini menggunakan program SPSS, adapun teknik analisa data diuraikan sebagai berikut :

- Analisa Regresi Linier Berganda
- Koefisien Motivasi Konsumen
- Koefisien Pengetahuan Konsumen
- Koefisien Sikap Konsumen

3. Hasil Dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner namun untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) =n-k, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada penelitian ini besarnya df dihitung dengan 40-4 atau df 36 dengan alpha 0.05 didapat r tabel 0.2709. Jika r hitung (korelasi item terhadap total korelasi) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Motivasi	0.890	Reliabel
Pengetahuan	0.972	Reliabel
Sikap	0.943	Reliabel
Pengambilan Keputusan	0.953	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Data 2013

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	t	sig	Konfirmasi sig
Motivasi	0.192	2.644	0.009	signifikan
Pengetahuan	0.327	4.777	0,000	signifikan
Sikap	0.225	1.893	0,059	tidak signifikan
R Square = 0.685 F= 218.442 p (sig) = 0.000				
Konstanta = 16.174				
Y = 16.174 + 0.192 X ₁ + 0.327 X ₂ + 0.225 X ₃				

Sumber: Hasil Olahan Data 2013

Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda untuk mencari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan pengolahan data dengan program SPSS versi 16, maka persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 16.174 + 0.192X_1 + 0.327X_2 + 0.225X_3$$

Dimana :

Y = Pengambilan Keputusan

X₁ = Motivasi Konsumen

X₂ = Pengetahuan Konsumen

X₃ = Sikap Konsumen

Persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelas, dapat menginformasikan bahwa konstanta positif sebesar 16,174 artinya pengambilan keputusan meningkat sebesar 16,174 jika variabel motivasi, pengetahuan, dan sikap konsumen konstan. Sedangkan koefisien regresi pada variabel motivasi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan, dengan koefisien sebesar 0,192, t_{hitung} = 2.644 dan sig = 0.009 < α 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi motivasi, semakin baik siswa dalam pengambilan keputusan menggunakan *orthodontisi*.

Variabel pengetahuan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan, dengan koefisien sebesar 0,327, t_{hitung} = 4.777 dan sig = 0.000 < α 0,05. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin banyak pengetahuan yang dimiliki oleh siswa, maka semakin baik dalam pengambilan keputusan penggunaan *orthodontisi*.

Variabel sikap tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan, dengan koefisien sebesar 0,225, t_{hitung} = 1.893 dan sig = 0.059 > α 0,05, artinya hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis 3.

Variabel motivasi, variabel pengetahuan dan variabel sikap konsumen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan, dengan koefisien determinasi (R-square) sebesar 0,685, F_{hitung} = 218,442 dan sig = 0.000 < α 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel motivasi, variabel pengetahuan dan variabel sikap

konsumen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan sebesar 68,5%, sedangkan 31,5% lainnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

4. Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

1. Secara parsial variabel motivasi konsumen berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam penggunaan *orthodontisi* pada SMA Negeri di Kota Palembang.
2. Secara parsial variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam penggunaan *orthodontisi* pada siswa SMA Negeri di Kota Palembang.
3. Secara parsial variabel sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam penggunaan *orthodontisi* pada siswa SMA Negeri di Kota Palembang.
4. Secara simultan variabel motivasi, pengetahuan dan sikap berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam penggunaan *orthodontisi* pada SMA Negeri di Kota Palembang.

Saran

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai pengaruh motivasi, pengetahuan, dan sikap konsumen terhadap pengambilan keputusan dalam menggunakan *ortho*. Bagi siswa SMA Negeri di Kota Palembang khususnya, agar lebih bijak dalam pengambilan keputusan dalam menggunakan *ortho*. Siswa hendaknya lebih memperhatikan aspek-aspek lain dalam penggunaan *ortho*. Bagi perusahaan sebaiknya

lebih memperhatikan desain, warna, dan asesoris *ortho* yang menarik mengingat para siswa menggunakan *ortho* bukan hanya untuk kesehatan saja tetapi juga untuk penampilan. Penelitian lanjutan hendaknya mengembangkan variabel lainnya yang dapat digunakan untuk mengukur pengambilan keputusan, selain itu sampel tidak hanya dikhususkan bagi siswa SMA Negeri di Kota Palembang saja akan tetapi mencakup seluruh sekolah yang ada di wilayah Sumatera Selatan baik yang negeri maupun swasta.

Daftar Acuan

1. Eka.2012. Perawatan dan Jenis Kawat Gigi. (<http://balidental.blogspot.com/2012/10/perawatan-dan-jenis-kawat-gigi.html>, diakses 15 Oktober 2012).
2. Schiffman,L. and Kanuk,L.L. 2008. Perilaku Konsumen (Edisi ke-7). Terjemahan oleh: Zoelkfli Kasip. PT.Indeks, Jakarta, Indonesia.
3. Peter,J.P. and Olson,J.C. 2013. Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran, (Edisi ke-9). Terjemahan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Salemba Empat. Jakarta, Indonesia.
4. Ice.2013.MotivasiPemasanganOrthodontic .(<http://iceclearbraces.com/index.php>, diakses 12 September 2013).
5. Saputra,R. dan Samuel,H. 2013. Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol 1: 1-12.
6. Wahyuni,U.D. 2008. Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Kawasan Surabaya Barat. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.Vol.10:30-37