

BAB IV

PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Orientasi Kancah dan Persiapan Penelitian

1. Orientasi Kancah

Orientasi kancah pada penelitian ini adalah di Mal Ciputra Semarang, Mal Ciputra merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang berada di sekitar kawasan Simpang Lima Semarang, bangunan Mal Ciputra ini menjadi satu kompleks dengan hotel Ciputra. Mal Ciputra Semarang didirikan oleh Ciputra Group milik Ir. Ciputra yang beroperasi pada sekitar akhir tahun 1995.

Penelitian ini dilaksanakan di Mal Ciputra Semarang berdasarkan pada beberapa alasan, yaitu: Mal Ciputra memungkinkan sebagai kancah penelitian, dan adanya keterbatasan ijin dan waktu yang diberikan kepada peneliti. Penentuan kancah penelitian tersebut berdasarkan pada pertimbangan bahwa, meskipun terbatas, namun sampel populasi dengan ciri-ciri subyek yang memiliki telepon genggam dan berusia antara 21-30 tahun dapat ditemui di sini, sehingga tujuan dari penelitian ini akan tercapai.

2. Persiapan Penelitian

a. Perijinan Penelitian

Sebelum melaksanakan penelitian, penulis harus mendapatkan ijin dari pihak-pihak yang terkait. Untuk itu penulis mengajukan surat permohonan penelitian dari Fakultas Psikologi UNIKA Soegijapranata Semarang yang ditujukan kepada Kadit Sospol, Bapeda, dan Mal Ciputra sebagai tempat penelitian.

b. Penyusunan Alat Ukur

Penyusunan alat ukur berdasarkan pada aspek-aspek dari variabel-variabel yang akan diteliti. Alat ukur yang penulis gunakan dalam penelitian ini berupa angket yang disusun oleh penulis sendiri berdasarkan pada konsep yang telah dikemukakan dalam teori-teori sebelumnya. Adapun angket yang dipergunakan terdiri dari 3 angket, yaitu: angket minat membeli telepon genggam, angket harga diri, dan angket motivasi manfaat.

Angket minat membeli telepon genggam terdiri dari tiga aspek yaitu: a. aspek ketertarikan, yang diketahui dari adanya rasa tertarik pada telepon genggam, b. aspek keinginan, yang diketahui dari munculnya keinginan pada diri subyek untuk memiliki telepon genggam, c. aspek keyakinan, yang diketahui dari timbulnya keyakinan pada diri subyek untuk membeli telepon genggam.

Angket minat membeli telepon genggam terdiri dari 36 item. Sebarannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4
Sebaran Nomor Item Angket Minat Membeli Telepon Genggam

ASPEK	NOMOR ITEM		JUMLAH
	Favorable	Unfavorable	
Ketertarikan	1, 7, 9	11, 14, 24	12
	17, 19, 21	27, 30, 32	
Keinginan	3, 8, 15	10, 13, 25	12
	18, 26, 31	28, 33, 35	
Keyakinan	2, 4, 12	5, 6, 16	12
	20, 22, 36	23, 29, 34	
JUMLAH	18	18	36

Angket harga diri terdiri dari tiga aspek, yaitu: a. aspek perasaan mampu, yang diketahui dari adanya perasaan bahwa dirinya mampu dan berguna bagi orang lain, b. aspek perasaan diterima, yang diketahui dari adanya perasaan pada subyek bahwa

dirinya diterima, dan dihargai oleh lingkungannya, c. aspek perasaan dibutuhkan, yang diketahui dari adanya perasaan dalam diri individu bahwa dirinya dibutuhkan oleh lingkungannya.

Angket harga diri terdiri atas 36 item. Sebaran nomor item angket harga diri dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5
Sebaran Nomor Item Angket Harga Diri

ASPEK	NOMOR ITEM		JUMLAH
	Favorable	Unfavorable	
Perasaan mampu	1, 7, 9	11, 14, 24	12
	17, 19, 21	27, 30, 32	
Perasaan dihargai	3, 8, 15	10, 13, 25	12
	18, 26, 31	28, 33, 35	
Perasaan dibutuhkan	2, 4, 12	5, 6, 16	12
	20, 22, 36	23, 29, 34	
JUMLAH	18	18	36

Angket motivasi manfaat terdiri dari tiga aspek, yaitu: a. aspek karakteristik produk, yaitu apa yang menjadi keistimewaan dari produk tersebut, misalkan harga, bentuk, dan warna, b. aspek fasilitas produk, yaitu apa yang melengkapi produk tersebut, c. aspek situasi dan manfaat, yaitu kapan atau bilamana dan bagaimana produk tersebut dapat dimanfaatkan.

Angket motivasi manfaat terdiri dari 36 item. Sebarannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6
Sebaran Nomor Item Angket Motivasi Manfaat

ASPEK	NOMOR ITEM		JUMLAH
	Favorable	Unfavorable	
Karakteristik produk	1, 7, 9	11, 14, 24	12
	17, 19, 21	27, 30, 32	
Fasilitas produk	3, 8, 15	10, 13, 25	12
	18, 26, 31	28, 33, 35	
Situasi dan manfaat	2, 4, 12	5, 6, 16	12
	20, 22, 36	23, 29, 34	
JUMLAH	18	18	36

c. Uji Coba Alat Ukur

Uji coba alat ukur dilaksanakan bersamaan dengan penelitian atau dengan istilah *try out* terpakai. Berdasarkan ijin yang telah diberikan, maka penulis melaksanakan uji coba alat ukur pada tanggal 13 Mei 2000 sampai dengan 15 Mei 2000 di Mal Ciputra Semarang.

Di Mal Ciputra ini uji coba diadakan di Pujasera. Penentuan ini didasarkan pada alasan, bahwa orang-orang yang datang sedang dalam keadaan santai, sehingga tidak mengganggu aktivitas individu dalam berbelanja. Pengisian dilakukan pada saat individu sedang menunggu pesanan makanan atau sudah selesai makan.

Penyebaran angket berdasarkan metode *incidental sampling*, yaitu subyek yang ditemui yang mempunyai ciri-ciri populasi secara sukarela dengan tanpa paksaan diminta kesediaannya untuk mengisi angket.

Data yang terkumpul sebanyak 49 subyek, data tersebut disusun dalam bentuk tabulasi untuk dilakukan uji validitas (kesahihan), setelah item-item gugur dibuang, item-item yang sah diuji reliabilitasnya (keajegannya), untuk mendapatkan data penelitian. Seluruh perhitungan data dilakukan dengan bantuan komputer program SPS (Seri Program Statistik) seri Sutrisno Hadi dan Yuni Parmadiningsih edisi tahun 1997.

a. Uji Validitas alat ukur

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas pada angket minat membeli telepon genggam pada taraf signifikansi 5% diperoleh hasil dari 36 item, 28 item dinyatakan sah dan 8 item dinyatakan gugur dengan koefisien validitas berkisar antara 0,300 sampai dengan 0,842. Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada tabel A-1. Adapun untuk mengetahui sebaran item yang sah dan gugur pada angket ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7
Sebaran Butir Sahih dan Gugur
Angket Minat Membeli Telepon Genggam

ASPEK	NOMOR ITEM		JUMLAH
	Favorable	Unfavorable	
Ketertarikan	(1), 7, (9) (17), 19, 21	11, 14, 24 27, 30, 32	12
Keinginan	3, 8, 15 (18), 26, 31	10, 13, 25 28, (33), 35	12
Keyakinan	2, (4), 12 20, 22, 36	5, 6, 16 23, (29), (34)	12
JUMLAH	18	18	36

Keterangan:

Nomor yang diberi tanda () : item yang gugur

Nomor yang tidak diberi tanda () : item yang sahih

Pada taraf signifikansi 5% diperoleh hasil bahwa angket harga diri terdiri dari 36 item, 33 item dinyatakan sahih dan 3 item dinyatakan gugur, dengan koefisien validitas yang didapatkan berkisar antara 0,334 sampai dengan 0,745. Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran A-2. Adapun untuk mengetahui sebaran item yang sahih dan gugur pada angket ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 8
Sebaran Item Sahih dan Gugur
Angket Harga Diri

ASPEK	NOMOR ITEM		JUMLAH
	Favorable	Unfavorable	
Perasaan mampu	1, 7, 9 17, (19), 21	11, 14, (24) 27, 30, 32	12
Perasaan dihargai	3, 8, 15 18, 26, 31	10, 13, 25 28, 33, 35	12
Perasaan dibutuhkan	2, 4, 12 20, (22), 36	5, 6, 16 23, 29, 34	12
JUMLAH	18	18	36

Keterangan:

Nomor yang diberi tanda () : item yang gugur

Nomor yang tidak diberi tanda () : item yang sahih

Pada angket motivasi manfaat pada taraf signifikansi 5% diperoleh hasil dari 36 item, 32 item dinyatakan sah dan 4 item dinyatakan gugur dengan koefisien validitas berkisar antara 0,310 sampai dengan 0,792. Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada tabel A-3. Adapun untuk mengetahui sebaran item yang sah dan gugur pada angket ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9
Sebaran Butir Sah dan Gugur
Angket Motivasi Manfaat

ASPEK	NOMOR ITEM		JUMLAH
	Favorable	Unfavorable	
Karakteristik produk	1, 7, 9	11, 14, 24	12
	17, 19, 21	27, 30, 32	
Fasilitas produk	3, 8, (15)	10, 13, (25)	12
	18, 26, 31	28, 33, 35	
Situasi dan manfaat	(2), 4, (12)	5, 6, 16	12
	20, 22, 36	23, 29, 34	
JUMLAH	18	18	36

Keterangan:

Nomor yang diberi tanda () : item yang gugur

Nomor yang tidak diberi tanda () : item yang sah

b. Uji Reliabilitas alat ukur

Setelah uji validitas, seluruh item yang gugur dibuang, dan item yang valid diambil digunakan untuk perhitungan uji reliabilitas, uji reliabilitas ini dilakukan dengan tehnik Hoyt. Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas untuk angket minat membeli telepon genggam diperoleh koefisien reliabilitasnya 0,950. Hasil perhitungan uji reliabilitas untuk angket harga diri diperoleh koefisien reliabilitas 0,922. Sedangkan hasil perhitungan uji reliabilitas untuk angket motivasi manfaat diperoleh koefisien reliabilitas 0,919. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ketiga alat

koefisien reliabilitas 0,919. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ketiga alat ukur tersebut adalah reliabel (andal). Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran A.

B. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini menggunakan *try out* terpakai, ada beberapa alasan mengapa penelitian ini menggunakan *try out* terpakai, yaitu:

- a. Angket yang disebarakan pada saat uji coba alat ukur maupun pada penelitian untuk semua subyek sama,
- b. tempat pelaksanaan penyebaran angket uji coba maupun penelitian sama,
- c. waktu penyebaran angket uji coba maupun penelitian sama,
- c. terbatasnya jumlah subyek yang memiliki ciri-ciri populasi penelitian ini, dan
- e. adanya keterbatasan ijin yang diberikan untuk peneliti.

Alasn-alasan inilah yang menyebabkan peneliti menggunakan *try out* terpakai, meskipun akibatnya angket yang diberikan masih dicemari oleh item-item yang gugur. Penelitian ini menggunakan *try out* terpakai, maka waktu, tempat dan subyek penelitian juga dilakukan pada saat dan cara yang sama dengan uji coba, yaitu pada tanggal 13 Mei 2000 sampai dengan 14 Mei 2000 di Pujasera Mal Ciputra Semarang, dengan menggunakan metode *incidental sampling*.

Data diambil dengan menggunakan angket, subyek yang bersedia diminta untuk mengisi ketiga angket yang diberikan secara bersamaan pada saat subyek sedang menunggu pesanan makanan atau sudah selesai menyantap makanan. Pengisian angket tidak ditunggu secara langsung oleh peneliti, karena keterbatasan waktu yang diberikan pada peneliti sehingga peneliti menggunakan waktu sebaik-baiknya untuk mencari responden lain dan untuk memberikan *privacy* dan atau

kebebasan pada responden, kecuali apabila responden meminta. Tidak semua responden yang diminta kesediaannya bersedia mengisi angket-angket yang diajukan. Pengambilan data dimulai pada sekitar pukul 11.00 dan diakhiri pada sekitar pukul 20.00 WIB, yang diselengi dengan istirahat.

Data yang terkumpul dari 49 subyek penelitian pada penelitian dengan menggunakan *try out* terpakai ini, selanjutnya dilakukan tabulasi. Seluruh perhitungan data dilakukan dengan bantuan komputer program SPS (Seri Program Statistik) seri Sutrisno Hadi dan Yuni Parmadiningsih edisi tahun 1997.

Data yang sudah ditabulasi dilakukan uji validitas, dari uji validitas didapatkan item yang sah untuk angket minat membeli sebanyak 28 item, untuk angket harga diri sebanyak 33 item, dan untuk angket motivasi manfaat sebanyak 32 item. Setelah item yang sah didapatkan dan item yang gugur dibuang, kemudian dilakukan uji reliabilitas, dari hasil uji reliabilitas didapatkan hasil bahwa angket penelitian ini bisa dianggap andal, setelah itu baru dapat dilakukan uji asumsi.

C. Uji Asumsi

Sebelum dianalisis, data yang telah dibersihkan dari item-item yang gugur lebih dahulu diuji untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran, hubungan antara variabel bersifat linier atau tidak.

1. Uji Normalitas Sebaran

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah sebaran normal. Teknik statistik yang digunakan adalah kai-kuadrat. Setelah diuji untuk data minat membeli, kai-kuadrat yang didapatkan adalah 8,648 dengan taraf signifikansi $p > 0,05$, untuk data harga diri, kai-kuadrat yang didapatkan adalah 7,733 dengan taraf signifikansi

$p > 0,05$, untuk data motivasi manfaat, kai-kuadrat yang didapatkan adalah 11.802 dengan taraf signifikansi $p > 0,05$, sehingga sebaran ketiga variabel tersebut adalah normal. Uji normalitas selengkapnya dapat dilihat pada lampiran B.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas dari hubungan harga diri dengan minat membeli telepon genggam menghasilkan $F_{Beda} = 0,214$ dengan $p > 0,05$ hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan harga diri dengan minat membeli telepon genggam adalah linier. Sedangkan uji linieritas dari hubungan motivasi manfaat dengan minat membeli telepon genggam menghasilkan $F_{Beda} = 0,069$ dengan $p > 0,05$ hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan motivasi manfaat dengan minat membeli telepon genggam adalah linier. Uji linieritas selengkapnya dapat dilihat pada lampiran C.

D. Hasil Analisis Data

Setelah dilakukan uji asumsi, selanjutnya dilakukan analisis uji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi dua prediktor.

Hasil analisis dengan menggunakan teknik analisis regresi dua prediktor adalah sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis Mayor

Untuk hipotesis mayor didapatkan hasil $r_{y.12} = 0,621$ dengan $p < 0,01$. Hasil ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara harga diri dan motivasi manfaat dengan minat membeli telepon genggam. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis mayor yang diajukan dapat diterima.

2. Uji Hipotesis Minor

- a. Uji hipotesis minor yang pertama didapatkan $r_{x1y}=0,427$ dengan $p<0,01$ yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara harga diri dengan minat membeli telepon genggam.
- b. Uji hipotesis minor yang kedua didapatkan $r_{x2y}=0,566$ dengan $p<0,01$ yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara motivasi membeli dengan minat membeli telepon genggam.

Hasil uji hipotesis selengkapnya dapat dilihat pada lampiran D.

E. Pembahasan

Penelitian ini menggunakan *try out* terpakai, maka kemungkinan ada yang mencemari atau mengotori penelitian ada. Ini dikarenakan pada saat penelitian subyek masih dihadapkan pada angket yang belum dibersihkan dari item-item yang gugur.

Penulis juga mengakui bahwa teori motivasi manfaat secara eksplisit tidak ada namun secara implisit motivasi manfaat itu dapat dijelaskan, karena pada dasarnya motivasi adalah dorongan yang terdapat dalam diri individu yang merupakan proses terjadinya tingkah laku yang didasari oleh adanya sebab, alasan dan pikiran tertentu untuk melakukan sesuatu guna mencapai suatu tujuan, yang mana pada penelitian ini tingkah laku membeli telepon genggam terjadi karena adanya sebab atau alasan yang didasari oleh keinginan untuk mendapatkan manfaat dari pembelian telepon genggam.

Pada angket yang disebarakan peneliti mencantumkan jenis telepon genggam untuk sekedar meyakinkan bahwa para responden adalah pengguna telepon genggam,

dan ternyata didapatkan temuan bahwa dari 49 subyek ada 14 subyek menggunakan Ericsson, 12 subyek menggunakan Motorola, 11 subyek menggunakan Nokia, 6 subyek menggunakan Siemens, 4 subyek menggunakan Samsung dan 1 subyek menggunakan Audiovox. Peneliti juga mencantumkan status responden, ini sekedar untuk mengetahui status pengguna telepon genggam pada usia 21-30 tahun. Dari cantuman tersebut didapatkan data bahwa dari 49 subyek didapatkan 28 subyek masih mahasiswa dan 11 diantaranya belum bekerja, 21 subyek sudah bekerja.

Pengujian hipotetik mayor ini masih dilakukan dengan menggunakan pengujian dua ekor, untuk pengujian satu ekornya dilakukan pada pengujian hipotetik minor. Hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis menunjukkan $r_{y.12} = 0,621$ dengan $p < 0,01$ menunjukkan bahwa hipotesis mayor dapat diterima. Ini berarti bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara harga diri dan motivasi manfaat dengan minat membeli telepon genggam.

Hal ini dapat dimengerti, karena seperti yang dikemukakan oleh Copeland (dikutip oleh Mc. Carthy, 1985, h. 285) bahwa dalam membeli suatu barang konsumen dihadapkan pada pertimbangan yaitu pada pertimbangan rasional (utilitarian atau manfaat yang akan didapatkan dari pembelian barang tersebut) dan pertimbangan emosional (hedonik atau pertimbangan estetis, yaitu kesenangan, misalnya prestise atau status yang didapatkan).

Hal ini terutama terjadi pada individu yang sudah masuk pada tahap dewasa dan usia 21-30 tahun termasuk pada masa dewasa awal. Dimana pada usia ini emosi sudah stabil, tidak emosional dan dapat berpikir lebih rasional (Saparinah, 1991, h.45). Pada usia tersebut individu dapat berpikir lebih rasional dan tidak banyak dipengaruhi oleh emosi dalam membeli suatu barang, ia akan selalu

memperhitungkan pembelian barang (apa lagi yang berharga mahal) berdasarkan sejauh mana barang tersebut dipandang relevan dengan kebutuhan dan gaya hidup.

Keadaan ini terutama terjadi pada masa krisis seperti sekarang ini, apabila individu akan membeli barang, terlebih lagi jika barang tersebut berharga mahal, maka barang tersebut akan melewati proses pemikiran yang panjang dan pertimbangan-pertimbangan yang matang. Bila barang tersebut sudah memenuhi kriteria pertimbangan dimana kebutuhan akan harga diri dan motivasi manfaat dapat dipenuhi, maka terjadilah proses pembelian.

Individu yang berumur 21-30 tahun bisa dikatakan dewasa dan tidak dalam proses pencarian identitas diri seperti remaja, sedikit banyak identitas dirinya sudah terbentuk, pada usia ini individu tahu apa yang diinginkan dan apa yang dibutuhkannya, karena emosinya stabil dan tidak mudah terpengaruh. Seorang individu pada usia ini tahu benar bahwa membeli telepon genggam sesuai dengan kebutuhan dan relevan dengan gaya hidupnya. Selain itu telepon genggam dapat memberikan banyak manfaat selain fungsi dari telepon genggam itu sendiri, juga bermanfaat untuk menunjukkan siapa dirinya.

Mean empirik yang didapatkan dari penelitian ini untuk variabel minat membeli telepon genggam sebesar 82,265 mean hipotetiknya sebesar 70 dengan standar deviasi hipotetik sebesar 14 maka hasil penelitian untuk variabel minat membeli telepon genggam adalah cukup atau sedang. Sumbangan efektif yang diperoleh dari hubungan antara harga diri dan motivasi manfaat terhadap minat membeli telepon genggam dalam penelitian ini adalah sebesar 38,592%.

Hasil analisis uji hipotesis untuk hipotesis minor yang pertama didapatkan $r_{xly}=0,427$ dengan $p<0,01$ ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang sangat

signifikan antara harga diri dengan minat membeli telepon genggam. Dari hasil tersebut didapatkan data bahwa individu yang memiliki harga diri yang tinggi minat membeli telepon genggam tinggi dan apabila harga dirinya rendah maka minat membeli telepon genggamnya juga rendah.

Hal ini terjadi karena individu yang memiliki harga diri yang tinggi mempunyai gaya hidup yang tinggi, begitu juga dalam pembelian barang. Mereka membeli barang yang mahal seperti telepon genggam, karena adanya citra atau status, dan nilai prestisius dari telepon genggam. Dan mereka akan membeli barang yang sesuai dengan gaya hidup, karena individu yang berada pada kelas sosial tertentu dapat dilihat dari apa yang mereka lakukan dan apa yang mereka gunakan. Dengan membeli telepon genggam individu dapat menunjukkan status dirinya dan kelas sosialnya.

Hal ini didukung oleh pendapat Levy (dikutip oleh Engel, Blackwell dan Miniard, 1994, h.50) yang menyatakan bahwa barang-barang yang dipandang dapat memberikan makna pribadi atau makna sosial selain dari fungsi barang itu sendiri akan dibeli oleh konsumen. Barang modern yang biasanya berharga mahal lebih dikenal sebagai benda psikologis, dan biasanya digunakan oleh individu sebagai simbol untuk tujuan pribadi individu.

Telepon genggam bisa dianggap sebagai barang modern dan benda psikologis yang dapat memberikan makna pribadi sekaligus makna sosial yang dapat digunakan oleh individu untuk menunjukkan siapa dirinya. Orang-orang yang berani menunjukkan siapa dirinyalah yang biasanya memiliki harga diri yang tinggi.

Dari hasil penelitian ini setelah mengetahui bahwa sebagian besar responden adalah mahasiswa dan sebagian belum bekerja maka dapat dikatakan bahwa dalam

102,755
82,5 / 55
103

usaha individu untuk menunjukkan harga dirinya, mereka cenderung berorientasi pada hal-hal yang bersifat material bukan pada hal-hal yang bersifat prestatif. Bisa jadi ini merupakan akibat atau pengaruh, baik secara langsung maupun tidak langsung yaitu adanya gejala sikap konsumtif yang tinggi pada masyarakat dewasa ini.

Mean empirik yang didapatkan dari penelitian ini untuk variabel harga diri sebesar 102,755 mean hipotetiknya sebesar 82,5 dengan standar deviasi hipotetik sebesar 16,5 maka hasil penelitian untuk variabel harga diri adalah tinggi. Sumbangan efektif yang diperoleh pada hubungan antara harga diri dan minat membeli telepon genggam pada penelitian ini adalah sebesar 11,533%.

Sedangkan hasil analisis uji hipotesis untuk hipotesis minor yang kedua didapatkan $r_{x_2y} = 0,566$ dengan $p < 0,01$ ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara motivasi manfaat dengan minat membeli telepon genggam.

Dari data tersebut didapatkan bahwa minat membeli telepon genggam tinggi pada konsumen untuk membeli telepon genggam karena adanya dorongan atau motivasi yang tinggi untuk mendapatkan manfaat dari pembelian tersebut. Semakin tinggi manfaat yang akan didapatkan semakin tinggi pula minat individu untuk membeli telepon genggam. Dan atau semakin rendah motivasi manfaatnya, maka semakin rendah pula minat membelinya.

Hal ini terjadi karena menurut ahli ekonomi, secara umum kepuasan konsumen datang dari manfaat atau kegunaan ekonomi yaitu kegunaan bentuk, kegunaan waktu, kegunaan tempat, dan kegunaan kepemilikan. Dengan membeli

telepon genggam maka semua kegunaan atau manfaat dari telepon genggam tersebut bisa didapatkan.

Individu cenderung akan bersedia membayar dengan harga tinggi untuk membeli barang yang dapat memuaskan dan memberikan banyak manfaat, dan banyaknya manfaat yang didapatkan digunakan sebagai ukuran memuaskan tidaknya suatu barang, (Mc. Carthy, 1985, h.505).

Dalam membeli telepon genggam individu termotivasi oleh adanya pertimbangan rasional yaitu utilitarian atau manfaat yang akan didapatkan dari pembelian telepon genggam tersebut, karena sifat fungsional dari telepon genggam itu sendiri. Ini terjadi karena telepon genggam sebenarnya memang memberikan banyak manfaat pada pemiliknya, selain memiliki efisiensi yang tinggi sebagai sarana komunikasi, telepon genggam juga praktis untuk segala kebutuhan terutama yang memiliki banyak fasilitas.

Mean empirik yang didapatkan dari penelitian ini untuk variabel motivasi manfaat sebesar 97,184 mean hipotetiknya sebesar 80 dengan standar deviasi hipotetik sebesar 16, maka hasil penelitian untuk variabel motivasi manfaat adalah tinggi. Sumbangan efektif yang diperoleh untuk hubungan antara motivasi manfaat dan minat membeli telepon genggam dalam penelitian ini adalah sebesar 27,059%.