

ABSTRAK

Irvan Mahvud (2004). Hubungan Antara Persepsi Persuator Dengan Minat Membeli Pada Pengunjung Main Dealer Motor Viar. Yogyakarta: Program Studi Psikologi, Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji ada tidaknya hubungan antara persepsi persuator dengan minat membeli pada pengunjung main dealer motor Viar. Asumsinya adalah apabila persepsi persuator tinggi atau positif, maka minat membeli pengunjungpun juga akan tinggi. Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan antara persepsi persuator dengan minat membeli pada pengunjung main dealer motor Viar.

Subjek dalam penelitian ini adalah para pengunjung main dealer motor Viar, jumlah subjek dalam penelitian ini sebanyak 50 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner yang berbentuk skala. Alat pengumpul data yang digunakan terdiri dari dua macam alat ukur, yaitu skala persepsi persuator dan skala minat membeli. Uji validitas dan uji reliabilitas pada skala persepsi persuator, diperoleh 40 item yang valid dan sah dengan koefisien reliabilitas Alpha Cronbach sebesar 0,9553. Dari uji validitas dan reliabilitas skala minat membeli diperoleh 33 item yang valid dan sah dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,9174. Untuk mengetahui hubungan antara persepsi persuator dengan minat membeli pengunjung digunakan metode analisis data korelasi product moment dari pearson.

Dari hasil analisis penelitian diperoleh koefisien korelasi sebesar $r = 0,733$ dengan koefisien determinansi sebesar $r^2 = 0,537$. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi persuator dengan minat membeli pengunjung. Berarti hipotesis yang diajukan diterima. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa persepsi persuator mempunyai peran sebesar 53,7% terhadap minat membeli.

ABSTRACT

Irvan Mahvud (2004). Correlation Between The Persuader's Perception With The Visitors' Interest In Buying Things a Main Dealer of Viar Motor Cycle. Yogyakarta: Study Program of Psychology, Direction of Psychology, Faculty of Psychology, Sanata Dharma University.

This research was aimed to test whether there was any correlation between the persuader's perception and the visitors' interest in buying things a main dealer of Viar motor cycle. The assumption was that there was high Visitors' Interest in Buying if the persuader's perception was high or positive. The hypothesis presented here was the correlation between the persuader's perception and the visitors' interest in buying.

This subjects of this research were 50 visitors' of a main dealer of Viar motor cycle. The technique of getting the sample in this research was using the purposive sampling, while the method of collecting data used consisted of two measuring media : the persuader's perception scale and the buying interest scale. The result of validity and reability in the persuader's perception was valid in 40 items with the Alpha Cronbach reliability coefficient of 0,9553 while in buying interest scale was valid in 33 items with the Alpha Cronbach reliability coefficient of 0,9174. To find the correlation between persuader's perception and visitors' interest in buying the writer used the pearson's product moment correlation data analysis method.

From the result of the research analysis, the correlation coefficient was $r = 0,733$ with the determination coefficient of $r^2 = 0, 537$. This result showed there was a significant positive correlation between the persuader's perception and visitors' interest in buying, meaning that the hypothesis assigned was accepted. The result also showed that the persuader's perception had a role of 53,7% in the visitors' interest.