

**PENGARUH MOTIF RASIONAL DAN MOTIF EMOSIONAL TERHADAP
MINAT MEMILIH MELANJUTKAN BELAJAR S1 DI UNIVERSITAS
BRAWIJAYA**

**Disusun Oleh :
Tri laksono Santoso**

**Dosen Pembimbing:
Radityo Putro Handrito, SE., MM**

(Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya)
Email: trilaksonosantoso@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi yang dibedakan menjadi motif rasional dan motif emosional terhadap minat memilih melanjutkan belajar S1 di Universitas Brawijaya. Dua ratus tiga puluh responden yang diambil dalam penelitian ini dipilih menggunakan *purposive sampling* atau dengan pertimbangan tertentu yaitu minimal 18 tahun dan memiliki minat memilih melanjutkan belajar S1 di Universitas Brawijaya. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan metode analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan software SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi yang dibedakan menjadi motif rasional dan emosional secara bersama-sama dan parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat memilih melanjutkan belajar S1 di Universitas Brawijaya. Motif rasional merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat memilih melanjutkan belajar S1 di Universitas Brawijaya.

Kata kunci: Motif Rasional, Motif Emosional, Minat Beli

ABSTRACT

The research has purpose to analyze the effect of motivation which distinguished be rational motif and emotional motif toward choosing intention in continuing undergraduate at Brawijaya University. Two hundred and thirty people have been selected as responders using purposive sampling method under a certain conditions. The responders in this research are the people who at least 18 years old and have an intention in continuing undergraduate at Brawijaya University. Data on this research collected through questionnaire and double linear regression which using SPSS to analyze the data. The result of this research shows that motivation which distinguished be rational motif and emotional motif as together and partial has significant effect toward choosing intention in continuing undergraduate at Brawijaya University. Rational motif is a variabel which has biggest effect toward choosing intention in continuing undergraduate at Brawijaya University.

Keyword : Rational Motif, Emotional Motif, Purchase Intention

1. PENDAHULUAN

Dalam UU Nomor 20 tentang Sistem Pendidikan Nasional Nasional Bab I Ketentuan Umum pasal 1 ayat 8 menyatakan bahwa jenjang pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai, dan kemampuan yang dikembangkan. Dalam UU tersebut disebutkan bahwa jenjang pendidikan formal di Indonesia terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi. Di Indonesia, minat melanjutkan pendidikan tinggi mengalami perubahan yang sangat cepat. Seperti yang dilansir kompas.com (2015) pada tahun 2013, 2014, dan 2015 terjadi peningkatan pendaftar SNMPTN sebagai berikut:

Jumlah Pendaftar SNMPTN Tahun 2013-2015

Tahun	Jumlah Pendaftar (peserta)
2013	762.690
2014	777.536
2015	852.093

Sumber: www.kompas.com

Universitas Brawijaya (UB) merupakan salah satu perguruan tinggi negeri favorit yang berada di Malang. Perguruan tinggi ini banyak diminati oleh para pelajar sebagai wadah untuk melanjutkan jenjang pendidikan. Hal ini dibuktikan dari data yang dilansir dari metrotvnews.com (2016) bahwa UB menempati peringkat ke 3 dalam 10 Perguruan Tinggi Negeri (PTN) di Indonesia. Berikut adalah keseluruhan

data 10 PTN favorit di Indonesia tersebut :

Jumlah Peminat PTN Tahun 2016

Peringkat	Nama PTN	Jumlah Peminat (orang)
1	Universitas Padjajaran	74.159
2	Universitas Gadjah Mada	66.748
3	Universitas Brawijaya	64.653
4	Universitas Sumatera Utara	61.464
5	Universitas Diponegoro	58.789
6	Universitas Negeri Semarang	52.1.21
7	Universitas Pendidikan Indonesia	51.748
8	Universitas Negeri Sebelas Maret	50.673
9	Universitas Hasanudin	47.463
10	Universitas Negeri Yogyakarta	45.690

Sumber: metrotvnews.com (2016)

Banyak faktor yang menyebabkan UB begitu banyak diminati sebagai wadah untuk melanjutkan pendidikan. Fasilitas pendidikan yang dimiliki Universitas Brawijaya tergolong lengkap yaitu meliputi gedung serbaguna (Samantha Krida, Widyaloka, Student Center, Graha Medika), fasilitas publik (bank, ATM, Masjid Raden Patah, Wisma Brawijaya, Internet Café), pusat belajar (perpustakaan, laboraturium, buku elektronik), fasilitas mahasiswa

(UKM, poliklinik, Student Computer Services), fasilitas olahraga (Lapangan volley, basket, dsb.), fasilitas IT (email, webhosting, network monitoring), pusat pelatihan, dan pusat penelitian. Fasilitas pendidikan dan prestasi merupakan alasan mengapa Universitas Brawijaya begitu diminati untuk wadah melanjutkan belajar. Husnanda Aditya Pradana mahasiswa jurusan Manajemen tahun 2012 menjelaskan bahwa dia lebih memilih melanjutkan belajar S1 di UB dibandingkan universitas lain dikarenakan menurutnya kuliah di UB lebih nyaman dan untuk jurusan manajemen telah terakreditasi A. Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa selain faktor dari objek, faktor dari subyek yang mana disini adalah calon mahasiswa juga merupakan hal yang penting. Salah satu faktor dari calon mahasiswa yang ingin melanjutkan belajar S1 di UB adalah motivasi yang mereka miliki.

Menurut Swastha dan Handoko (2008) motivasi dibedakan menjadi dua yaitu motif rasional dan motif emosional. Minat beli merupakan perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap obyek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (Kotler & Keller, 2012) Minat beli dalam penelitian ini disesuaikan menjadi minat memilih melanjutkan belajar S1. Penelitian ini menggunakan Universitas Brawijaya sebagai objek untuk mengetahui apakah motivasi yang dibedakan menjadi motif rasional dan motif emosional dapat berpengaruh terhadap minat memilih melanjutkan belajar.

Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh dari motif rasional dan motif emosional terhadap minat memilih melanjutkan belajar S1 di Universitas Brawijaya?
2. Variabel motivasi manakah yang signifikan berpengaruh dominan terhadap variabel minat memilih melanjutkan belajar S1 di Universitas Brawijaya?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel motif rasional dan motif emosional terhadap minat memilih melanjutkan belajar S1 di Universitas Brawijaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel berpengaruh dominan terhadap variabel minat memilih melanjutkan belajar S1 di Universitas Brawijaya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Motivasi

Motivasi manusia dalam melakukan pembelian untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya dapat dibedakan oleh motif yang menyebabkan orang membeli yaitu motif rasional dan motif emosional (Swastha dan Handoko, 2010)

1. Motif Rasional

Motif yang didasarkan pada kenyataan-kenyataan seperti yang ditunjukkan oleh suatu produk kepada konsumen. Faktor-faktor yang dipertimbangkan berupa factor harga, kualitas, ketersediaan barang, ukuran, kebersihan, manfaat, efisiensi dalam penggunaan, dapat dipercaya, keawetan. Faktor-faktor dari motif rasional yang dipertimbangkan dan disesuaikan pada penelitian ini

meliputi biaya pendidikan, waktu, dan prestasi.

2. Motif Emosional

Motif pembelian yang berkaitan dengan perasaan atau emosi individu seperti pengungkapan rasa cinta, kebanggaan, kenyamanan, kesehatan, keamanan dan kepraktisan. Faktor-faktor dari motif emosional yang dipertimbangkan dan disesuaikan dalam penelitian ini meliputi rasa ketertarikan terhadap UB.

Minat Beli

Minat beli merupakan perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap obyek yang **menunjukkan** keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (Kotler & Keller, 2012) Berikut ini merupakan indikator minat beli yang diuraikan dari peneliti terdahulu (Ferdinand, 2011) yaitu:

1. Minat transaksional
2. Minat refrensial
3. Minat preferensial
4. Minat eksploratif

Hipotesis Penelitian

H₁: Diduga variabel motif rasional (X₁) dan motif emosional (X₂) berpengaruh terhadap minat beli (Y) dalam memilih melanjutkan belajar S1 di Universitas Brawijaya.

H₂: Diduga variabel motif rasional (X₁) memiliki pengaruh dominan terhadap minat beli (Y) dalam memilih melanjutkan belajar S1 di Universitas Brawijaya.

3. METODE PENELITIAN

Berdasarkan tujuan penelitian dan rumusan masalah, maka jenis penelitian yang digunakan adalah

penelitian penjelasan (*explanatory research*).

Lokasi Penelitian, Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilakukan di Jawa Timur. Pemilihan lokasi berdasarkan penjelasan Kasubbag Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang menyatakan bahwa pendaftar Universitas Brawijaya saat ini sudah merata dari berbagai provinsi di Indonesia, namun yang paling banyak tetap didominasi oleh provinsi Jawa Timur. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang memiliki minat memilih melanjutkan belajar S1 di Universitas Brawijaya. Mengacu pada rumus Roscoe, maka dalam penelitian ini digunakan sampel sebanyak 230 responden. Jumlah 230 tersebut diperoleh dari 10 dikali dengan jumlah item variabel yang diteliti dalam penelitian ini yang berjumlah 18 item dan sengaja diletakkan untuk hasil data yang lebih baik.

Jenis dan Teknik pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* atau penarikan sampel secara tidak acak dan jenisnya adalah *purposive sampling*. Kriteria responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah responden yang memiliki minat memilih melanjutkan belajar S1 di Universitas Brawijaya dan memiliki usia minimal 18 dan maksimal pada usia 26 tahun, dikarenakan usia 18 tahun adalah remaja tingkat akhir yang

sudah mantap dan stabil (Deswita, 2006).

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik Regresi Linier Berganda untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan teknik pengolahan data program aplikasi SPSS versi 20. Untuk menguji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik yang digunakan ialah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji linearitas. Sedangkan pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji F, uji t, dan uji dominan.

4. HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum Responden

Hasil penyebaran 230 kuesioner diperoleh gambaran responden sebagai berikut:

Komposisi Mayoritas Responden

Komposisi Mayoritas Responden	Mayoritas Responden	Jumlah	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	127	55,2
Usia (tahun)	18-21	122	53

Sumber: Data primer diolah, 2016

Mayoritas responden adalah berjenis kelamin laki-laki (55,2%) dengan rentang usia 18-21 tahun (53%)

Hasil Uji Instrumen Penelitian

Hasil uji validitas untuk semua item pernyataan untuk variabel variabel motif rasional (X_1), motif emosional (X_2), dan minat memilih melanjutkan belajar S1 (Y) memiliki nilai r hitung $>$ r tabel (0,129) atau nilai signifikansi korelasi $<$ α (0,05) sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan telah valid.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan memiliki nilai koefisien Alpha Cronbach lebih besar dari 0,60. sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliabel atau dapat dipercaya.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.	
	Beta			
1		-.557	.578	
	X1	.370	6.024	.000
	X2	.369	6.009	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas, dapat maka didapatkan model regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,370X_1 + 0,369X_2$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Koefisien regresi motif rasional (X1) adalah sebesar 0,370 dan mempunyai koefisien regresi yang bernilai positif, yang artinya apabila terjadi peningkatan pada variabel motif rasional (X1), maka variabel minat memilih melanjutkan belajar S1 (Y) akan meningkat, dan sebaliknya bila terjadi penurunan pada variabel motif rasional (X1), maka variabel minat memilih melanjutkan belajar S1 (Y) akan menurun pula.

2. Koefisien regresi motif emosional (X2) adalah sebesar 0,369 dan mempunyai koefisien regresi yang bernilai positif, yang artinya apabila terjadi peningkatan pada variabel motif emosional (X2) maka variabel minat memilih melanjutkan belajar S1 (Y) akan meningkat, dan sebaliknya bila terjadi penurunan pada variabel motif emosional (X2) maka variabel minat memilih melanjutkan belajar S1 (Y) akan menurun pula.

Hasil Uji Ketepatan Model

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	506.067	2	253.034	85.605	.000 ^a
	Residual	670.976	227	2.956		
	Total	1177.043	229			

Berdasarkan hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa F hitung sebesar 85,605 (Sig F = 0,000). Jadi, F Hitung > F Tabel (85,605 > 3,04 dan Sig F < 5%). Hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa variabel motif rasional (X1) dan motif emosional

(X2) secara uji ketepatan model berpengaruh signifikan terhadap minat memilih melanjutkan belajar S1 (Y).

Hasil Uji Hipotesis

Uji t

Variabel	t-hitung	t-tabel	Sig	Keterangan
Motif rasional	6,024	1,971	0,000	Signifikan
Motif emosional	6.009	1,971	0,000	Signifikan

Dari tabel diatas didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Variabel X1 (motif rasional) memiliki statistik uji t sebesar 6,024 dengan signifikansi sebesar 0.000. Nilai statistik uji $|t_{hitung}|$ tersebut lebih besar daripada t_{tabel} (6,024 > 1.971) dan nilai signifikan t lebih kecil dari α (0.05). Pengujian ini menunjukkan bahwa variabel X1 (motif rasional) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (minat memilih melanjutkan belajar S1).
2. Variabel X2 (motif emosional) memiliki statistik uji t sebesar 6,009 dengan signifikansi sebesar 0.000. Nilai statistik uji $|t_{hitung}|$ tersebut lebih besar daripada t_{tabel} (6,009 > 1.971) dan nilai signifikan t lebih kecil dari α (0.05). Pengujian ini menunjukkan bahwa variabel X2 (motif emosional) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (minat memilih melanjutkan belajar S1).
- 3.

Uji Dominan

Uji dominan dapat dilakukan dengan melihat nilai koefisien standarisasi (*standardized beta*

coefficient) pada hasil uji regresi linier berganda. Penelitian ini memberikan hasil bahwa variabel motif rasional (X_1) memiliki nilai koefisien terbesar yaitu 0,370, dibandingkan dengan variabel motif emosional (X_2) sebesar 0,369. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa minat melanjutkan belajar S1 (Y) di Universitas Brawijaya lebih banyak dipengaruhi oleh variabel motif rasional (X_1) daripada variabel motif emosional (X_2).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan motif rasional (X_1) dan motif emosional (X_2) berpengaruh terhadap minat beli (Y) dalam memilih melanjutkan belajar S1 di Universitas Brawijaya dapat diterima.
2. Hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan variabel motif rasional (X_1) memiliki pengaruh dominan terhadap minat beli (Y) dalam memilih melanjutkan belajar S1 di Universitas Brawijaya dapat diterima.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi pihak Universitas Brawijaya

Mengacu pada hasil penelitian yang menunjukkan bahwa motif rasional dan motif emosional secara simultan dan parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih melanjutkan belajar S1 di universitas Brawijaya, maka diharapkan pihak Universitas Brawijaya untuk lebih peka terhadap nilai-nilai yang ada pada diri calon mahasiswa baik itu motif rasional maupun motif emosional yang diharapkan dengan memenuhi nilai-nilai tersebut maka minat memilih melanjutkan belajar S1 di Universitas Brawijaya akan semakin tinggi.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengungkap faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat memilih melanjutkan belajar S1 di Universitas Brawijaya.

DAFTAR PUSTAKA

Anderson, Kelley Cours, Knight, Dee K., Pookulangara, Sanjukta & Josiam, Bharath., 2014, *Influence of Hedonic and Utilitarian Motivations on Retailer Loyalty and Purchase Intention: a Facebook Perspective*, Journal of Retailing and Consumer Services, University of North Texas, USA.

Augusty Ferdinand, 2011, *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Edisi 3, AGF Books, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.

- Buchari Alma, 2011, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Departemen Pendidikan Nasional, 2003, *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, Tentang Sistem Pendidikan Nasional*, Depdiknas, Jakarta.
- Deswita, 2006, *Psikologi Perkembangan*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Ferdianto, Frondy Fernanda, 2013. *I'm join UB and I will be the best*, (Online), (<http://frondyff.blogspot.co.id/2013/09/im-join-ub-and-i-will-be-best.html>, diakses pada 12 Februari 2016)
- Ferrinadewi, Erna, 2008, *Merek dan Psikologi Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. Edisi. Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- G. Joel., J.D.D. Massie., J.L. Sepang, 2014, *Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio di Kota Manado*. Jurnal EMBA, Manado.
- Hanzaee, K.H., dan Rezaeyeh, S.P. 2013. *Investigation of The Effects of Hedonic Value and Utilitarian Value on Customer Satisfaction and Behavioural Intentions*. African Journal of Business Management, 7 (11), 818-825, 21 March 2013.
- Kim, H.S. 2006. *Using Hedonic and Utilitarian Shopping Motivations to Profile Inner City Consumers*. Journal of Shopping Center Research, 13 (1), 2006, 57-79.
- Kotler, P. dan Armstrong, G, 2012, *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2012, *Marketing Management Fourteenth Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Malik Afrian, Muhammad, 2015, *Universitas Brawijaya Terbanyak Menerima Mahasiswa Baru Jalur SNMPTN*, (Online), (<http://edukasi.kompas.com/read/2015/05/16/07000061/Universitas.Brawijaya.Terbanyak.Menerima.Mahasiswa.Baru.Jalur.SNMPTN>, diakses pada 10 Februari 2016)
- Mowen, John, C dan Michael Minor, 2002, *Perilaku Konsumen. Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk, 2010, *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, 2010, *Research Method For Business: A Skill Building Approach (5th Edition)*, John Wiley and sons, inc. : London.
- Setiadi, 2003, *Perilaku Konsumen*, Kencana Prenanda Media, Jakarta.

- Simamora, 2012, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Singarimbun, Masri & Sofyan Effendi, 2011, *Metode Penelitian Survei, Edisi. Revisi*, PT. Pustaka LP3ES, Jakarta.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Swasta dan Handoko, 2010, *Management Pemasaran. Modern*. Grasindo Persada. Jakarta.
- Toni Wijaya dan Zainal Mustafa. 2013. *Panduan Teknik Statistik SEM & PLS dengan SPSS AMOS*. Yogyakarta : Cahaya Atma Pustaka
- Ujang Sumarwan, 2011, *Perilaku Konsumen*. Bogor : Ghalia Indonesia
- video.metrotvnews.com/play/2016/03/04/493816/ptn-masih-dominasi-daftar-universitas-terbaik-dunia, diakses pada 10 Februari 2016
- www.ub.ac.id/tentang/prestasi-id, diakses pada 10 Februari 2016