

ABSTRAK

Beberapa tahun terakhir ini di Surabaya banyak penjualan produk baru yang ditawarkan dengan cara : membagikan undangan demonstrasi produk yang diselenggarakan di hotel atau restaurant kepada orang-orang yang kiranya dapat membeli produk tersebut. Selain cara itu ada cara lain yaitu : dengan penjualan door to door. Bila ke dua keadaan di atas dikaitkan dengan situasi maka situasi sosial penjualan yang di lakukan di hotel termasuk dalam situasi kebersamaan sedangkan situasi door to door termasuk situasi sendiri. Menurut Allport situasi kebersamaan mempunyai pengaruh terhadap kegiatan dan pendapat individu bila dibandingkan dengan individu yang berada dalam keadaan sendirian. Dengan latar belakang seperti itu maka ingin diketahui apakah ada perbedaan pengaruh situasi kebersamaan dan sendiri di dalam proses pengambilan keputusan membeli produk baru di kalangan Ibu rumahtangga kompleks Sinar Galaxy.

Populasi pada penelitian ini adalah Ibu rumahtangga yang bertempat tinggal di kompleks Sinar Galaxy. Alasan memilih kompleks ini karena telah terkenal sebagai kawasan kelas ekonomi menengah ke atas sedangkan produk yang ditawarkan harganya sesuai untuk kalangan tersebut. Sampel yang di ambil pada penelitian ini menggunakan teknik Incidental sampling, sedangkan jumlahnya terdiri atas 35 subjek untuk situasi sendiri dan 35 subjek untuk situasi kebersamaan. Penelitian ini dilakukan mulai tanggal 26 Febuari 1992 sampai dengan tanggal 31 Maret 1992.

Dari hasil analisis diketahui bahwa angket proses pengambilan keputusan membeli produk baru yang terdiri dari 35 aitem, menghasilkan 26 item sah dengan angka keandalan Hoyt (r_{tt}) = 0,879. Sedangkan uji normalitas sebaran menunjukkan sebaran nilai yang bersifat normal. Normalitas sebaran untuk situasi sendiri memperoleh nilai rerata = 78,200, nilai kai kuadrat sebesar 7,309 dengan $p = 0,504$. Normalitas sebaran untuk situasi kebersamaan memperoleh nilai rerata = 78,541, nilai kai kuadrat sebesar 14,244 dengan $p = 0,114$. Homogenitas antara proses pengambilan keputusan membeli produk baru pada situasi sendiri dengan situasi kebersamaan tidak terjadi (tidak homogen). Dan akhirnya pada analisis data dengan menggunakan t - test didapatkan $p = 0,833$ sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada perbedaan pengaruh situasi kebersamaan dan sendiri di dalam proses pengambilan keputusan membeli produk baru di kalangan Ibu rumah tangga kompleks Sinar Galaxy.