

CONTOH OPERASIONAL VARIABEL

Operasionalisasi dalam variabel, indikator dan item yaitu sebagai berikut.

1) Faktor Internal (X)

Faktor Internal yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada diri konsumen yang mencakup motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian, dan sikap terhadap keputusan pembelian.

Variabelnya:

a) *Motivasi (X₁)*

Adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan.

Indikator : kebutuhan merawat rambut, kebutuhan memiliki rambut bersih, kebutuhan memiliki rambut bebas ketombe.

Item-itemnya adalah:

- (1) Dorongan kebutuhan akan perawatan rambut (X_{1.1})
- (2) Dorongan kebutuhan akan memiliki rambut bersih X_{1.2})
- (3) Dorongan kebutuhan memiliki rambut bebas ketombe (X_{1.3})

b) *Persepsi (X₂)*

Adalah proses bagaimana seorang individu memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti.

Indikator : manfaat shampo, keamanan bahan pembuat shampo, variasi kemasan, dan popularitas merek shampo.

Item-itemnya adalah:

- (1) Pemahaman terhadap manfaat shampo ($X_{2.1}$)
- (2) Pemahaman terhadap keamanan bahan pembuat shampo ($X_{2.2}$)
- (3) Pemahaman terhadap variasi kemasan ($X_{2.3}$)
- (4) Pemahaman terhadap popularitas merek shampo ($X_{2.4}$)

c) Pembelajaran (X_3)

Adalah proses perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil akibat adanya pengalaman dan informasi.

Indikator : informasi dari media iklan, pengalaman diri sendiri, informasi dari keluarga, informasi dari teman, dan informasi dari penjual.

Item-itemnya adalah:

- (1) Informasi yang diperoleh dari media iklan ($X_{3.1}$)
- (2) Pengalaman diri sendiri ($X_{3.2}$)
- (3) Informasi yang diperoleh dari keluarga ($X_{3.3}$)
- (4) Informasi yang diperoleh dari teman ($X_{3.4}$)
- (5) Informasi yang diperoleh dari penjual ($X_{3.5}$)

d) Kepribadian (X_4)

Adalah pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertingkat laku.

Indikator : keyakinan terhadap manfaat shampo, kepentingan terhadap shampo.

Item-itemnya adalah:

- (1) Keyakinan terhadap manfaat shampo ($X_{4.1}$)
- (2) Kepentingan terhadap shampo ($X_{4.2}$)

e) *Sikap* (X_5)

Adalah suatu penilaian suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu obyek.

Indikator : kepuasan pemakaian, kesesuaian harga, kemudahan mendapatkan shampo.

Item-itemnya adalah:

- (1) Penilaian kepuasan dalam pemakaian ($X_{5.1}$)
- (2) Penilaian terhadap kesesuaian harga ($X_{5.2}$)
- (3) Penilaian terhadap kemudahan mendapatkan shampo. ($X_{5.3}$)

2) Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian yaitu suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.

Variabelnya adalah pembelian shampo Sunsilk (Y_1)

Indikator : pembelian berdasarkan coba-coba, pembelian berdasarkan merk, pembelian ulang shampo Sunsilk

Item-itemnya adalah:

- (1) Pembelian shampo Sunsilk berdasarkan coba-coba ($Y_{1.1}$)
- (2) Pembelian shampo Sunsilk berdasarkan merk ($Y_{1.2}$)
- (3) Pembelian shampo Sunsilk ulang shampo Sunsilk ($Y_{1.3}$)

Berdasarkan tabel penjelasan di atas lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3.1 di halaman berikutnya.

Tabel

Konsep, Variabel, Indikator dan Item

Konsep	Variabel	Indikator	Item
Faktor Internal (X)	Motivasi (X ₁)	Kebutuhan merawat rambut, kebutuhan memiliki rambut bersih, kebutuhan memiliki rambut bebas ketombe.	(1) Dorongan kebutuhan akan perawatan rambut (X _{1.1}) (2) Dorongan kebutuhan akan memiliki rambut bersih X _{1.2}) (3) Dorongan kebutuhan memiliki rambut bebas ketombe (X _{1.3})
	Persepsi (X ₂)	Manfaat shampo, keamanan bahan pembuat shampo, variasi kemasan, dan popularitas merek shampo.	(1) Pemahaman terhadap manfaat shampo (X _{2.1}) (2) Pemahaman terhadap keamanan bahan pembuat shampo (X _{2.2}) (3) Pemahaman terhadap variasi kemasan (X _{2.3}) (4) Pemahaman terhadap popularitas merek shampo (X _{2.4})
	Pembelajaran (X ₃)	Informasi dari media iklan,	(1) Informasi yang diperoleh

Konsep	Variabel	Indikator	Item
		pengalaman diri sendiri, informasi dari keluarga, informasi dari teman, dan informasi dari penjual.	<p>dari media iklan (X_{3,1})</p> <p>(2) Pengalaman diri sendiri (X_{3,2})</p> <p>(3) Informasi yang diperoleh dari keluarga (X_{3,3})</p> <p>(4) Informasi yang diperoleh dari teman (X_{3,4})</p> <p>(5) Informasi yang diperoleh dari penjual (X_{3,5})</p>
	Kepribadian (X ₄)	Keyakinan terhadap manfaat shampo, kepentingan terhadap shampo	<p>(1) Keyakinan terhadap manfaat shampo (X_{4,1})</p> <p>(2) Kepentingan terhadap shampo (X_{4,2})</p>
	Sikap (X ₅)	Kepuasan pemakaian, kesesuaian harga, kemudahan mendapatkan shampo	<p>(1) Penilaian kepuasan dalam pemakaian (X_{5,1})</p> <p>(2) Penilaian terhadap kesesuaian harga (X_{5,2})</p> <p>(3) Penilaian terhadap kemudahan mendapatkan shampo. (X_{5,3})</p>
Keputusan pembelian (Y)	Pembelian shampo Sunsilk (Y ₁)	Pembelian berdasarkan coba-coba, pembelian berdasarkan merk,	(1) Pembelian shampo Sunsilk berdasarkan

Konsep	Variabel	Indikator	Item
		pembelian ulang shampo Sunsilk	coba-coba (Y _{1.1}) (2) Pembelian shampo Sunsilk berdasarkan merk (Y _{1.2}) (3) Pembelian shampo Sunsilk ulang shampo Sunsilk (Y _{1.3})

Sumber:

[http://supermahasiswa.multiply.com/journal/item/5/Sukses Membuat Proposal Penelitian](http://supermahasiswa.multiply.com/journal/item/5/Sukses_Membuat_Proposal_Penelitian)