Universitas Indonesia Library >> UI - Skripsi Membership

Pengaruh tipe stimulus terhadap preferensi segregasi dan integrasi ditinjau dari prinsip aritmetika mental

Lenny Sofiana, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20286956&lokasi=lokal

---

Abstrak

ABSTRAK
Dalam kehidupan, individu selalu menghadapi aiternatif piiihan sebelum mengambil keputusan. Aiternatif ada yang berbentuk tunggal dan disebut integrasi atau sekuens dan disebut segregasi. Dalam penelitian Aritmatika Mental dikatakan bahwa individu akan lebih menyukai segregasi daripada integrasi. Skripsi ini dilakukan untuk mengetahui apakah benar seorang Individu akan lebih menyukai segregasi daripada integrasi. Dan juga untuk mengetahui apakah bila digunakan stimulus yang berbeda, maka hasilnya akan sama.
Penelitian ini menggunakan alat berupa tampilan komputer dengan menampilkan kasus hipotetikal, yaitu partisipan diminta untuk membayangkan dirinya berada dalam kasus yang diberikan. Pengambilan data dilakukan dengan metode eksperimen. Hipotesa memiiiki 1 variabel bebas, yaitu tipe stimulus dan 1 variabel terikat, yaitu preferensi partisipan terhadap aiternatif piiihan. Variabel bebas akan dimanipuiai menjadi 2, yaitu tipe stimulus dengan versi monetary (uang) yang bersifat monotonik dan versi non-monetary yang mengikuti fungsi utilitas puncak tunggal (buah rambutan). Sementara variabel terikat juga akan dimamipulasi menjadi 2, yaitu segregasi dan integrasi.
Partisipan penelitian terdiri dari 135 orang yang terbagi dalam 4 kelompok eksperimen.
Uji signifikansi dilakukan dengan menggunakan metode Chi Square, sedangkan uji hipotesis dilakukan dengan membandingan frekuensi segregasi dengan piiihan yang lain. Hasil uji signifikansi menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan antara piiihan yang ada.
Dari hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa seseorang akan lebih menyukai segregasi daripada integrasi atau tidak ada perbedaan antara integrasi dan segregasi. Saran yang diberikan adalah saran-saran bila Ingin mengadakan penelitian lebih lanjut, terutama untuk mengembangkan psikologi ekonomi. Implikasi praktis ditujukan bagi para produsen yang ingin menlngkatkan penjualan produknya.