

LAPORAN PENELITIAN



EFEK ATRAKSI PADA PENGAMBILAN KEPUTUSAN MODEL MULTI-STAGE

PENELITI:

Prof. Dr. MS. ERIC SANTOSA, MBA

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNISBANK, SEMARANG**

2020

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Efek Atraksi pada Pengambilan Keputusan Model Multistage
2. Jenis Penelitian : Pengembangan Eksperimental
3. a. Bidang Penelitian : *Social Sciences*
- b. Kelompok : *Commerce, Management, Tourism and Services*
4. a. Tujuan Sosial Ekonomi : *Management and Productivity Issues*
- b. Kelompok : *Economic Framework*
5. Ketua Pelaksana
 - a. Nama Lengkap : Prof. Dr. MS. Eric Santosa, MBA
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. NIDN : 0008105201
 - d. Disiplin Ilmu : Manajemen
 - e. Pangkat/Gol/NIP : Pembina Utama Madya/IV d/19521008198603 1001
 - f. Jabatan Fungsional : Guru Besar
 - g. Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen
 - h. Alamat Kampus : Jl. Kendeng V Bendan Ngisor, Semarang
 - j. Alamat Rumah : Jl. Pisang 83 Maguwoharjo, Depok, Sleman
 - k. Telpon/E-mail : 082148434011/ericasantosa.2010@gmail.com
6. Jumlah Anggota Peneliti : 1 orang
 - a. Nama Anggota I : -
 - b. Nama Anggota II : -
7. Lokasi Penelitian : Yogyakarta, Semarang dan sekitarnya
8. Jangka Waktu Penelitian : Pebruari s.d.September 2020
9. Jumlah Biaya : Rp 15.000.000,-



Mengetahui,
Dekan FEB

(Dr. Eris Soliha, MSi)
NIP 197103272005012001

Semarang, 20 Agustus 2020
Ketua Peneliti,,

(Prof. Dr. MS. Eric Santosa, MBA)
NIP 105210081986031001



Mengetahui,
Kepala LPPM Unisbank

(Dr. Agus Budi Santosa, MSi)
NIDN 0601126701



UNIVERSITAS STIKUBANK SEMARANG

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT (LPPM)

SEKIPAMBAT :

Kampus Magas : J. Tri Lomba Juang No. 1 Semarang 50241
Telp. (024) 8451976, 8311468, 8454746 Fax (024) 8443240 E-mail : LPPM@unistbank.ac.id

Kampus Bendan : J. Lendang V Bendan Ngkor Semarang
Telp. (024) 8414970, Fax (024) 8441738 E-mail : lppm@unistbank.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 001/J.09/UNISBANK/PN/II/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala LPPM Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang menugaskan kepada:

1 Nama : **MARKUS SURKAMTA ERIC S, Prof., Dr., MBA, Sebagai Ketua Tim Penelitian**
NIDN : 0008105201
Pangkat/Golongan : Pembina Utama Madya/IV.D
Jabatan Akademik : Guru Besar
Unit Organisasi : Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang
Tugas : Sebagai Tim Penelitian
Judul : **EFEK ATRAKSI PADA PENGAMBILAN KEPUTUSAN MODEL MULTI-STAGE**
Tempat : Yogya, Semarang dan sekitarnya
Jangka Waktu : 19 Februari 2020 s/d 30 September 2020

Demikian harap dilaksanakan dan setelah selesai diharap memberi laporan Penelitian.



Semarang, 18 Februari 2020

Kepala LPPM,

Dr. Agus Budi Santosa, M.Si

Tembusan kepada Yth :

1. Wakil Rektor III
2. Para Dekan dan Dir PPs
3. Ka. LPPM
4. Kabag PSDM / LPPM

ABSTRAK

Efek atraksi menjadikan suatu produk dan/atau merek menjadi lebih menarik untuk dipilih dibandingkan dengan belum adanya efek tersebut. Hal demikian disebabkan karena produk dan/atau merek tersebut yang semula seolah sendirian saja, kemudian diatur sedemikian rupa bersamaan dengan produk dan/atau merek lain yang lebih inferior. Meski tidak ada perubahan apapun juga pada produk yang pertama, tetapi dengan kehadiran produk yang kedua, produk pertama menjadi lebih unggul. Dalam proses pengambilan keputusan konsumen jelas ada perubahan dari pertimbangan semula yang belum ada efek atraksi menjadi pertimbangan baru setelah adanya efek atraksi. Sesuai dengan teori Kardes *et al.* (1993) bahwasanya pilihan itu melalui beberapa tahap, menjadi pertanyaan kemudian bekerjanya efek tersebut pada pengambilan keputusan yang bertahap tersebut. Pertanyaan ini menjadi tujuan utama dari penelitian ini, di samping peneliti juga ingin mengetahui pengaruh masing-masing himpunan itu secara sekuensial. Sampel diambil sejumlah 123 orang dengan latar belakang pendidikan S1 dan S2, menggunakan teknik *convenience* dan *judgment*. Ada 7 (tujuh) hipotesis, yang diajukan. Data dianalisis dengan menggunakan SEM (*structural equation modelling*) program Amos 16.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh dari efek atraksi terhadap himpunan universal, ingat kembali dan himpunan konsiderasi. Demikian pula ada pengaruh dari himpunan ingat kembali terhadap himpunan konsiderasi dan pengaruh dari himpunan konsiderasi terhadap pilihan.

Kata Kunci: efek atraksi, himpunan universal, himpunan ingat kembali, himpunan konsiderasi, pilihan.