



# Plagiarism Checker X Originality Report

**Similarity Found: 6%**

Date: Wednesday, June 14, 2023

Statistics: 491 words Plagiarized / 8016 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

---

MOTIVASI ORANG TUA TERHADAP PEMBELIAN MAINAN Lilies Yulastri Nur'aisyah<sup>1</sup> dan Seska MH Mengko<sup>2</sup> <sup>1</sup>Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta <sup>2</sup> Politeknik Negeri Manado, Sulawesi Utara liliesyulastri@yahoo.com Abstract The purposes of this research is to prove the hypotheses that there are positive correlations between (a) parenting pattern and motivation to make a purchase toys, (b) consumption levels and motivation to make a purchase toys, and (c) both parenting patterns and consumption levels towards motivation to make a purchase toys. The research was conducted at Kindergartens of Tunas Karya I, II, and III, Kelapa Gading in North Jakarta, The population totaled 243 children and 243 parents.

The samples of 54 children and 54 parents were selected using purposive techniques. The findings of the research prove significant positive correlations between the variables tested. Keywords : Parenting patterns, motivation, consumption level Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis bahwa terdapat hubungan yang positif antara (a) pola asuh orang tua dengan motivasi membeli mainan, (b) tingkat konsumsivitas dan motivasi membeli mainan, dan (c) dan pola asuh orang tua dan tingkat konsumtivitas secara bersama-sama terhadap motivasi membeli mainan. Penelitian ini dilakukan di TK Tunas Karya I, II, dan III, Kelapa Gading, Jakarta Utara.

Populasi penelitian berjumlah 243 anak TK dan 243 orang tua. Sampel dipilih dengan teknik purposive sejumlah 54 anak TK dan 54 orang tua. Hasil penelitian menunjukkan terhadap hubungan yang positif dan signifikan antara variabel yang diteliti. Kata-kata kunci: Pola asuh orang tua, motivasi, tingkat konsumtivitas PENDAHULUAN Latar Belakang Dari paparan di koran Media Indonesia yang terbit hari Minggu 11 Januari 2004, halaman 5 dengan judul Mengubah dan Menggabungkan "Brand", dikatakan bahwa: di Amerika lebih dari 55% ibu rumah tangga mendasarkan pembeliannya kepada

merekomendasi dari ibu lain, dan menariknya, angka ini melonjak menjadi lebih dari 64% jika rekomendasi tersebut adalah produk-produk untuk anaknya mulai dari produk susu, baju, mainan hingga keperluan sekolah (Media Indonesia, 2004: 5). Pendapat di atas mengemukakan bahwa seorang ibu selalu mendedikasikan hidupnya untuk pengembangan dan kebaikan anak-anaknya.

Mereka selalu menginginkan anaknya menjadi anak-anak yang cerdas dan sukses. Karena itu, ibu mudah tersentuh untuk mengikuti kehendak anak-anaknya karena hal tersebut juga merupakan kebahagiaan baginya. Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Suatu kebutuhan akan menjadi motif jika ia didorong hingga mencapai tingkat intensitas yang memadai. Upaya yang mendorong atau dorongan tersebut menyebabkan terjadinya perilaku atau perbuatan seseorang untuk memenuhi suatu kebutuhan sehingga keseimbangan dapat tercapai.

Seperti diketahui, motivasi juga bertalian dengan perilaku pembelian, yaitu memperoleh sesuatu dengan cara membayar sejumlah uang.

Hal yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan untuk membeli barang ialah motivasi. Motivasi adalah hal yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Zainun mengemukakan bahwa salah satu di antara penggunaan istilah dan konsep motivasi adalah untuk menggambarkan hubungan antara harapan dan tujuan (Zainun, 1989: 27). Motivasi pembelian terdiri dari motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik, yaitu motivasi yang berasal dari dalam diri manusia, seperti: membeli barang karena hobi, memerlukan atau karena kegemaran/kesenangan.

Sedangkan motivasi ekstrinsik yaitu motivasi yang timbul karena ada rangsangan dari luar, seperti iklan di mass media, pengaruh anggota keluarga, teman sebaya, tenaga penjual, dan lain sebagainya. Tingkat konsumtivitas anak banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya pengaruh iklan yang begitu gencar di media elektronik, sistem belanja lewat telepon, belanja berhadiah, dan lain-lain. Sementara itu, pendidikan/pengetahuan mengenai konsumen belum didapatkan anak, sehingga banyak anak asal membeli mainan tanpa memperhatikan segi kebutuhan, dan segi kegunaannya, serta segi edukasinya.

Hal inilah yang menyebabkan anak-anak tersebut cenderung konsumtif dalam membeli mainan, apalagi bagi anak-anak yang kedua orang tuanya bekerja. Ada kecenderungan dari orangtua bekerja cenderung memanjakan anaknya untuk mengatasi rasa bersalah dari orang tua tersebut karena tidak bisa mendampingi anaknya terus-menerus. Peneliti tertarik untuk mengadakan survei tentang motivasi pembelian karena berdasarkan pengamatan di lapangan dan pengalaman peneliti sendiri bahwa makin berkembangnya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) sangat mempengaruhi perkembangan dunia anak-anak terutama perkembangan akan mainan, baik dalam hal bentuk mainan, model mainan, jenis mainan maupun kecanggihan dalam mengoperasikannya, sehingga anak-anak yang belum mendapatkan pengetahuan konsumen yang baik sangat mudah terpengaruh untuk memiliki mainan tersebut, akibatnya anak menjadi cenderung konsumtif akan pembelian mainan di mana keputusan pembelian mainan adalah merupakan keputusan orang tua. Produk mainan dipakai oleh anak-anak dan mereka mempengaruhi orang tuanya.

Namun, pembeli dan pengambil keputusan pembelian mainan tersebut adalah orang tua, oleh karena itu, dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah orang tua, yaitu ayah, ibu, atau keduanya. Dari paparan latar belakang di atas terlihat adanya kaitan antara motivasi pembelian mainan, konsumtivitas, dan pola asuh orang tua, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai motivasi orang tua terhadap pembelian mainan dikorelasikan dengan pola asuh orang tua dan tingkat konsumtivitas anak.

Identifikasi Masalah Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, timbul beberapa masalah yang dapat diidentifikasi yaitu **bagaimana pola asuh orang tua terhadap** anak TK?; Bagaimana tingkat konsumtivitas anak TK?; bagaimana motivasi pembelian mainan anak TK?; mengapa orang tua sulit menentukan keputusan pembelian mainan?; apakah alasan orang tua membeli mainan?; berapakah dana yang dialokasikan orang tua untuk membeli mainan?; dibandingkan dengan pendapatannya, berapa rupiah orang tua mau membelanjakan uangnya untuk membeli mainan anaknya?; adakah **hubungan antara pola asuh orang tua dengan motivasi** pembelian mainan?; adakah hubungan antara tingkat konsumtivitas dengan motivasi pembelian mainan?; adakah **hubungan antara pola asuh orang tua dan** tingkat konsumtivitas anak TK secara bersama-sama terhadap motivasi pembelian mainan? Pembatasan Masalah Dari paparan latar belakang dan identifikasi masalah maka penelitian dibatasi pada hubungan pola asuh dan tingkat konsumtivitas anak TK secara bersama-sama terhadap motivasi pembelian mainan. Perumusan Masalah Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah di atas, maka masalah dapat dirumuskan, sebagai berikut.

Adakah **hubungan antara pola asuh orang tua dengan motivasi** pembelian mainan?  
Adakah hubungan antara tingkat konsumtivitas dengan motivasi pembelian mainan?  
Adakah **hubungan antara pola asuh orang tua dan** tingkat konsumtivitas anak TK secara bersama- sama terhadap motivasi pembelian mainan?

Konstelasi Masalah Keterangan :  $X_1 = \text{Pola asuh orang tua}$   $X_2 = \text{Tingkat konsumtivitas}$   $Y = \text{Motivasi orang tua terhadap pembelian mainan}$   $X_1 ? Y = \text{Hubungan pola asuh orang tua dengan motivasi pembelian mainan}$   $X_2 ? Y = \text{Hubungan tingkat konsumtivitas anak TK dengan motivasi pembelian mainan}$   $X_1 X_2 ? Y = \text{Hubungan pola asuh orang tua dan tingkat konsumtivitas anak TK secara bersama-sama terhadap motivasi pembelian mainan}$  **Kegunaan Penelitian Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti tentang keterkaitan antara pola asuh orang tua dan tingkat konsumtivitas anak terhadap motivasi pembelian mainan.**

Selain itu, **penelitian ini diharapkan dapat** memberi masukan bagi orang tua yang memiliki anak usia Taman Kanak-kanak untuk mempertimbangkan pembelian mainan hubungannya dengan pola asuh dan tingkat konsumtivitas. **KAJIAN TEORETIS** Hakikat Motivasi Pembelian Motivasi Tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh manusia merupakan awal segala hal yang mengarah pada suatu tujuan yang ingin dicapainya. Tindakan atau kegiatan manusia tersebut bukanlah suatu hal yang terjadi begitu saja, melainkan diperlukan motivasi yang memacunya untuk dilakukan oleh manusia.

Gunarsa berpendapat bahwa "motif adalah dorongan atau kehendak yang menyebabkan timbulnya semacam kekuatan untuk bertindak atau berbuat (Gunarsa, 1992). Motif bertalian dengan motivasi, pendapat di atas menggambarkan bahwa motif adalah daya penggerak di dalam diri seseorang **untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai suatu** tujuan. Secara umum, kata **motivasi berasal dari kata motif** yang berarti kemampuan, kehendak, atau **daya upaya yang mendorong seseorang melakukan sesuatu.**

Schiffman dan Kanuk mendefinisikan motivasi "Motivation can be described as driving force within individuals that impels them to action. This driving force is produced by stated of tension, which exists as the result of an unfulfilled need" (Schiffman & Kanuik, 2000: 94). Solomon mendefinisikan "Motivation refers to the processes that cause people to behave as they do. **It occurs when a need is aroused that the consumer wishes to satisfy. Once a need has been activated, a state of tension exists that drives the consumer to attempt to reduce or eliminate the need"** (Solomon, 1992:104).

Kedua pengertian tersebut memberikan gambaran bahwa motivasi merupakan daya pendorong yang dimiliki oleh **seseorang untuk melakukan sesuatu.** Semakin besar dorongan tersebut, maka semakin cepat orang tersebut melakukan sesuatu tindakan. Maka motivasi dapat diartikan sebagai daya pendorong aktif yang merupakan aktualisasi dari motif yang berdampak pada tingkah laku. Motivasi Pembelian

Setiap tindakan pembelian pada dasarnya merupakan upaya untuk mencapai tujuan, yaitu pemenuhan kebutuhan. Produk yang dibeli konsumen pada dasarnya merupakan hasil akhir yang mengandung elemen fisik, jiwa dan hal simbolis, yang dibuat dan dijual perusahaan untuk memberikan kepuasan dan keuntungan bagi pemiliknya.

Selanjutnya menurut Winardi dikatakan bahwa suatu stimulus atau rangsangan dapat mempengaruhi keadaan psikologi seseorang sehingga pada akhirnya akan menimbulkan reaksi tertentu dari orang tersebut. Winardi mengemukakan, para konsumen bertindak atau bereaksi secara psikologikal terhadap suatu kejadian atau objek tertentu yang menimbulkan pengaruh tertentu pada diri mereka dengan cara tertentu, dan yang mengakibatkan timbulnya reaksi tertentu pada periode berikutnya (Winardi, 1991:169).

Paparan di atas mengemukakan bahwa konsumen bertindak dan bereaksi secara psikologi terhadap suatu objek tertentu yang menimbulkan reaksi pada waktu lain, begitu pula reaksi dan tindakan pembelian, apabila konsumen puas terhadap tindakan pembelian yang dilakukan maka konsumen tersebut akan menjadi pelanggan. Proses pembelian dimulai saat individu mengidentifikasi adanya kebutuhan yang belum terpenuhi. Proses identifikasi kebutuhan merupakan proses di mana individu membandingkan antara kondisi aktual dengan kondisi ideal (yang diinginkan).

Kebutuhan bersifat internal (berada di dalam diri individu), tetapi proses identifikasi kebutuhan merupakan proses yang dipengaruhi oleh faktor dari luar diri individu tersebut, yaitu lingkungan. Dari semua uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi pembelian adalah dorongan dari dalam diri seseorang yang dipengaruhi oleh stimulus lingkungan untuk mendapatkan mainan. Dengan memenuhi dorongan tersebut seseorang akan merasa kebutuhannya sudah terpenuhi.

Motivasi Orang Tua untuk Membeli Mainan Anak Secara umum, konsumen membutuhkan informasi yang dapat menjustifikasi maupun bersifat menghalangi keputusan pembelian yang akan dilakukan. Salah satu sumber informasi tersebut adalah reference group, yaitu satu atau lebih orang yang dijadikan sebagai dasar perbandingan atau titik referensi dalam membentuk tanggapan afeksi dan kognisi serta menyatakan perilaku seseorang (Olson, 1996: 105). Uraian di atas dapat disimpulkan bahwa referensi teman sebaya dalam pembelian mainan bagi orang tua anak akan membentuk tanggapan afeksi dan kognisinya yang akan terefleksikan dalam perilaku pembelian mainan.

Salah satu group reference yang banyak mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian adalah keluarga. Sebagai komunitas yang memiliki tingkat interaksi tinggi,

keluarga memainkan peranan penting. Penilaian anggota keluarga akan mempengaruhi keputusan pembelian produk, baik yang melibatkan penggunaan produk secara bersama-sama atau penggunaan produk oleh sebagian anggota keluarga saja. Dalam membeli produk kebutuhan anak, orang tua sebagai pemilik sumber daya finansial memegang peranan penting.

Walaupun tidak bertindak sebagai pemakai (user), namun dalam peranannya sebagai pembeli (buyer) secara moral orang tua bertanggung jawab terhadap penggunaan produk oleh si anak. Selain itu, motivasi pembelian juga dipengaruhi oleh kemampuan keuangan, lokasi pembelian, sikap pembelian, dan praktik-praktik pembeliannya. Dorongan yang cukup kuat untuk mendorong seseorang membeli suatu barang dan jasa hingga mencapai intensitas tertentu yaitu adanya rasa puas dan tidak puas.

Dorongan tersebut timbul karena adanya ketidakcocokan atau ketidaksesuaian antara keadaan aktual (situasi konsumen sekarang) dengan keadaan yang diinginkan (situasi yang diinginkan konsumen sekarang). Ketika ketidaksesuaian tersebut sudah melebihi tingkat tertentu atau ambang tertentu maka kebutuhan pun dikenali dan akan ditindaklanjuti dengan tindakan tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sudah dikenali tersebut. **Mainan merupakan salah satu** produk yang dikonsumsi anak untuk memenuhi kebutuhan hedonisnya. Bermain merupakan salah satu kegiatan anak dengan dua peran: memenuhi hasrat kesenangan individual dan sarana berkomunikasi dan bersosialisasi dengan teman sebayanya.

Sciffman mengungkapkan pembelian mainan untuk anak oleh orang tuanya merupakan sebuah proses pembelajaran **si anak sebagai konsumen**. Sciffman memberikan istilah consumer socialization of children, yaitu proses di mana anak memperoleh pengetahuan, kemampuan, dan sikap yang dibutuhkan untuk menjalankan fungsinya sebagai seorang konsumen (Schiffman, 2000: 278). **Sosialisasi anak sebagai konsumen** diartikan sebagai proses di mana anak memperoleh pengetahuan

dan keterampilan, serta sikap yang relevan dengan fungsinya sebagai konsumen di pasar.

Pergi berbelanja ke supermarket bersama anak-anak merupakan salah satu contoh sosialisasi anak sebagai konsumen. Anak-anak diajarkan bagaimana produk dan jasa ditawarkan dan dikomunikasikan kepada konsumen, anak-anak pun akan melihat beragam barang, yang semuanya akan menarik mereka, namun anak-anak diajarkan untuk memilih dan membeli sesuai kebutuhannya. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi pembelian adalah dorongan dari dalam diri orang tua yang dipengaruhi oleh stimulus lingkungan untuk mendapatkan mainan, dengan memenuhi dorongan tersebut seseorang akan merasa kebutuhannya sudah terpenuhi.

Kebutuhan dalam hal ini, bila mengacu pada teori Maslow, adalah kebutuhan akan penghargaan atau kebutuhan akan ego di mana manusia memiliki ego yang kuat untuk dihargai sehingga ia merasa puas karena telah mencapai status atau prestise untuk memiliki mainan seperti teman-teman. Selain itu, dapat dipahami bahwa motivasi pembelian mainan didefinisikan sebagai keinginan atau dorongan yang cukup mendorong seseorang untuk membeli mainan hingga mencapai tingkat intensitas tertentu yang memadai. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan, dan pendirian.

Hakikat Pola Asuh Orang Tua Keluarga, utamanya orang tua bertanggung jawab atas penanaman nilai-nilai dalam diri anak. Penanaman nilai-nilai untuk mengantarkan anak memasuki peradaban baru tergantung pada kemampuan orang tua dalam mengasuh putra-putrinya. Orang tua dituntut mampu menguasai metode dan materi pola asuh yang tepat sesuai dengan proses tumbuh kembang anak, materi pengasuhan juga perlu disesuaikan dengan dinamika masyarakat. Pola asuh orang tua terkait erat dengan pendidikan dalam keluarga. Pola asuh adalah metode yang digunakan orang tua untuk mendidik anak.

Dalam mengasuh anak, tiap orang tua mempunyai cara yang berbeda-beda, perbedaan itu dikarenakan oleh perbedaan latar belakang pendidikan, sosial ekonomi, latar belakang keluarga, budaya, dan lain sebagainya. Tetapi yang paling penting bahwa pola asuh orang tua terhadap anaknya adalah suatu proses yang akan mengantarkan anak ke jenjang kesuksesannya kelak. Pola asuh orang tua dapat diklasifikasikan menjadi authoritarian, permissive, or democratic (Hurlock, 1978:498).

Pola asuh orang tua yang otoriter ditandai dengan adanya aturan-aturan yang kaku dari orang tua, kebebasan anak sangat dibatasi, anak dipaksa untuk berperilaku seperti yang



diinginkan orang tua, komunikasi yang berlangsung lebih ke arah komunikasi satu arah sehingga anak menjadi takut, penurut dan merasa tertekan, gagasan atau ide-ide mereka tidak dapat diaktualisasi. Pola asuh yang demokratis merupakan **pola asuh orang tua yang** memberikan kebebasan memilih pada anak, mengemukakan standar tingkah laku yang jelas sesuai tingkat perkembangan anak, orang tua memberikan alasan-alasan mengenai tindakan yang diambilnya.

Pola asuh ini menekankan pada kelonggaran dan pengendalian yang terarah, orang tua menghargai hak dan kewajiban anak terhadap segala sesuatu yang diperbuatnya hingga mereka dewasa. Orang tua yang menerapkan pola asuh demokratis cenderung bersikap hangat, mengasahi, berkomunikasi dengan baik kepada anak mereka sehingga anak mempunyai rasa tanggung jawab, percaya diri, mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan, dan mampu berperilaku sesuai dengan norma yang berlaku umum di masyarakat. **Pola asuh orang tua yang** mengabaikan (permissive) ditandai dengan orang tua yang tidak memperdulikan anak, masa bodoh, kontrol terhadap diri anak amat buruk, serta tidak ada kendali dari orang tua.

Pola asuh yang mana yang akan **digunakan oleh orang tua** pada proses tumbuh kembang anak, tujuannya adalah dalam rangka pembinaan untuk mengantarkan anak ke arah pendewasaannya di masa depan. Jadi, **dapat disimpulkan bahwa pola asuh orang tua adalah** integritas atau kesatuan pengasuhan anak yang meliputi pemenuhan kebutuhan fisik dan psikologis anak yang akan bermanfaat bagi perilaku di kemudian hari. Ada tiga pola asuh yang diterapkan orang tua dalam mengasuh anaknya yaitu pola asuh otoriter, ditandai dengan orang tua yang menentukan semua kebijakan, kebebasan anak sangat dibatasi, anak dipaksa berperilaku seperti yang diinginkan orang tua, dan komunikasi berlangsung satu arah.

Sedangkan, **orang tua yang menggunakan pola asuh** demokratis adalah orang tua memberikan kebebasan memilih, mengemukakan standar tingkah laku yang jelas, memberikan alasan-alasan yang jelas mengenai tindakan yang diambilnya, serta menghargai hak dan kewajiban anak dan pengendalian yang terarah. **Orang tua yang menggunakan pola asuh** permissive adalah tidak memperdulikan anak, sedikit bimbingan dan arahan, tidak ada kendali orang tua.

Hakikat Tingkat Konsumtifitas Konsumtifitas ialah paham atau gaya hidup yang menganggap barang-barang sebagai ukuran kebahagiaan, kesenangan, dan sebagainya.

Dalam Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perdagangan dipaparkan bahwa "consumption" dapat berarti pemakaian barang dan jasa untuk maksud-maksud produktif (Abdurrahman, 1992). Artinya, pola konsumsi seseorang dalam pemakaian barang dan jasa tentunya dengan maksud-maksud yang produktif, dengan kata lain pola konsumsi tersebut pasti mempunyai tujuan tertentu. Pola perilaku konsumtif terlihat bila seseorang membeli suatu barang dengan berorientasi pada kepuasan dirinya. Kepuasan yang memberi kebahagiaan dan kesenangan ini diukur dengan memiliki barang-barang yang dapat mempertahankan status maupun prestisenya.

Oleh karena itu, tingkat konsumtifitas seseorang dapat dilihat dari proses pengambilan keputusan dalam memilih suatu barang. Sedangkan, proses pengambilan keputusan membeli suatu barang dipengaruhi oleh (1) lingkungan, yang meliputi: budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi, dan (2) perbedaan individu, yaitu: motivasi, pengetahuan, sikap dan kepribadian, serta gaya hidup dan demografi. Menurut Solomon, kriteria konsumtif adalah "As one woman who spent \$ 20.000 per year on clothing confessed (Solomon, 1992). Nilai \$ 20.000 di atas adalah untuk ukuran di USA, mereka yang termasuk dalam kategori ini sering disebut "Shopaholics", atau sangat kecanduan belanja, seperti layaknya orang kecanduan alkohol.

Berbelanja buat mereka adalah sangat berlebihan, belanja karena untuk menghilangkan kejenuhan, bosan, cemas dan depresi, jadi bukan semata-mata karena memerlukan sesuatu yang dibeli. Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa konsumtifitas terlihat bila seseorang membeli suatu barang dengan berorientasi pada kepuasan dirinya. Seseorang dikatakan konsumtif apabila proses pengambilan keputusan dalam membeli suatu barang berdasarkan keinginannya dan bukan karena kebutuhannya. Keinginan membeli suatu barang ini didasarkan pada gengsinya, harga diri, ikut-ikutan, dan tidak mau kalah.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli barang adalah perbedaan individu. Perbedaan individu yang paling penting adalah perbedaan sumber daya, diantaranya sumber daya ekonomi atau uang yang mereka miliki. Apabila kondisi sumber daya ekonomi memungkinkan untuk melakukan keputusan pembelian suatu barang, hal itu tidak akan menjadi masalah bagi pemenuhan kebutuhan atau keinginan pembelian tersebut, masalah justru akan timbul apabila kondisi sumber daya ekonomi tidak sesuai dengan pemenuhan keinginan pembelian. Hipotesis Penelitian Terdapat hubungan positif antara pola asuh orang tua dengan motivasi pembelian mainan. Terdapat hubungan positif antara tingkat konsumtifitas anak TK dengan

motivasi pembelian mainan.

Terdapat hubungan positif antara pola asuh orang tua dan tingkat konsumtivitas anak TK secara bersama-sama terhadap motivasi pembelian mainan. METODOLOGI Tempat dan Waktu Penelitian Penelitian ini dilakukan di TK Tunas Karya I, TK Tunas Karya II, dan TK Tunas Karya III Kelapa Gading, Jakarta Utara. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus sampai Oktober 2003 caturwulan 3. Metode Penelitian Penelitian ini menggunakan metode deskripsi dengan pendekatan korelasional. Metode ini digunakan untuk mencari hubungan antara variabel terikat (Y) dengan variabel bebas (Xr X2).

Populasi dan Sampel Penelitian Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang tua siswa TK Tunas Karya Kelapa Gading Jakarta Utara. TK Tunas Karya terdiri dari tiga lokasi yaitu TK Tunas Karya I sebanyak 146 siswa,

TK Tunas Karya II sebanyak 75 siswa, dan TK Tunas Karya III sebanyak 22 siswa, sehingga jumlah keseluruhan adalah 243 siswa. Sampel penelitian ditentukan secara purposif sampling artinya hanya diambil murid/ siswa kelas TK A, dengan alasan siswa kelas TK A memiliki karakteristik yang sama.

Karakteristik yang dimaksud di sini adalah usia anak sama, berkisar antara 5-6 tahun, di mana orientasi anakpun sama, selain itu pendidikan orang tua juga sama yaitu setingkat SLTA. Sampel yang diperlukan untuk penelitian ini, berdasarkan kerangka sampel sebanyak 127 orang tua siswa kelas TK A dari unit analisis sebanyak 243 orang tua siswa TK Tunas Karya Kelapa Gading. Besar sampel ditentukan secara acak sederhana (simple random sampling) sebanyak 54 orang, diambil dari ketiga sekolah dengan perincian sebagai berikut. Tabel 1.

Jumlah Sampel dari Tiga TK Tunas Karya Kelapa Gading Tunas Karya I \_Tunas Karya II \_Tunas Karya III \_Total \_ 29 orang \_20 orang \_5 orang \_54 orang \_ \_ Teknik Pengumpulan Data Informasi yang diperlukan untuk penelitian ini adalah data mengenai: Motivasi pembelian mainan anak TK Pola asuh orang tua Tingkat konsumtivitas anak TK Masing-masing data diperoleh melalui seperangkat daftar pertanyaan (instrumen angket) yang dipersiapkan secara khusus untuk keperluan tersebut. Instrumen Penelitian Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner, yang diklasifikasikan menjadi: Instrumen motivasi pembelian mainan anak TK (Y) Instrumen pola asuh orang tua (X1) Instrumen tentang tingkat konsumtivitas anak TK (X2) Penyusunan instrumen melalui beberapa tahapan, yaitu. Menyusun teori-teori yang terkait dengan variabel yang diteliti. Menyusun indikator untuk instrumen kuesioner. Menyusun kisi-kisi instrumen penelitian dengan menggunakan skala.

Menyusun butir-butir instrumen Melaksanakan uji coba instrumen Melaksanakan analisis hasil uji coba (validitas dan reliabilitas instrumen) Menyusun butir-butir instrumen final Pelaksanaan Uji Coba Tempat dan waktu uji coba Jumlah responden yang terlibat dalam uji coba sebanyak 30 orang. Pelaksanaan uji coba instrumen dilaksanakan pada bulan Oktober 2003. Uji Validitas Butir Untuk menguji validitas butir instrumen pola asuh orang tua, tingkat konsumtivitas, dan motivasi pembelian mainan dipergunakan rumus Product Moment sebagai berikut:

rit ?\_?xi .xt

Uji Reliabilitas Instrumen Untuk menguji reliabilitas instrumen pola asuh orang tua, tingkat konsumtivitas dan motivasi pembelian mainan dipergunakan rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

?K??\_?S2?

r ii ? ? \_ ? ? 1 ? i ? /



? K ?1? ?\_?S 2 ?

? t ? Hasil Uji Coba Variabel Motivasi Pembelian Mainan (Y) Definisi Konseptual Motivasi pembelian mainan adalah dorongan, baik dari dalam maupun dari luar diri seseorang yang dipengaruhi oleh stimulus lingkungan untuk mendapatkan mainan.

Definisi Operasional Motivasi pembelian mainan adalah skor yang diperoleh setelah orang tua menjawab pertanyaan yang berbentuk angket melalui skala penilaian terhadap penilaian orang tua tentang kecenderungan motivasi pembelian mainan. Jumlah butir soal pernyataan 26 dengan 4 pilihan jawaban yaitu : Selalu (SL), sering (S), jarang (J), dan tidak pernah (TP). Setiap pilihan jawaban diberi bobot. Pernyataan positif Selalu (SL) = 4 Sering (S) = 3 Jarang (J) = 2 Tidak pernah (TP) = 1 Pernyataan Negatif Selalu (SL) = 1 Sering (S) = 2 Jarang (J) = 3 Tidak pernah (TP) = 4 Kalibrasi Instrumen Proses kalibrasi dengan menganalisis data hasil ujicoba instrumen untuk menguji tingkat keabsahan instrumen.

Pengujian keabsahan kriteria dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen statistik yang digunakan adalah koefisien korelasi product moment (rit) kriteria yang digunakan untuk menguji keabsahan butir adalah r tabel pada  $\alpha = 0,05$   $n = 30$  (0,361). Artinya jika rit (hitung) > rit (kriteria) maka butir dianggap valid, sedangkan jika rit (hitung) < rit (kriteria), maka butir dianggap tidak valid (drop atau tidak digunakan). Berdasarkan uji validitas jumlah butir instrumen Motivasi Pembelian Mainan maka ada 2 butir drop sehingga jumlah butir instrumen Motivasi Pembelian Mainan menjadi 24 butir dinyatakan valid dan hasil perhitungan reliabilitas sebesar 0,819.

Variabel Pola Asuh Orang Tua (X1) Definisi Konseptual Pola asuh orang tua adalah integritas atau kesatuan pengasuhan anak yang meliputi pemenuhan kebutuhan fisik dan psikologis anak yang akan bermanfaat bagi perilaku anak di kemudian hari. Ada tiga pola asuh yang diterapkan orang tua dalam mengasuh anaknya yaitu pola asuh otoriter, ditandai dengan orang tua yang menentukan semua kebijakan, kebebasan anak sangat dibatasi, anak dipaksa berperilaku seperti yang diinginkan orang tua dan komunikasi berlangsung satu arah.

Sedangkan orang tua yang menggunakan pola asuh demokratis adalah orang tua memberikan kebebasan memilih, mengemukakan standar tingkah laku yang jelas, memberikan alasan-alasan yang jelas mengenai tindakan yang diambilnya, menghargai hak dan kewajiban anak, dan pengendalian yang terarah. Orang tua yang menggunakan pola asuh permisive adalah tidak memperdulikan anak, sedikit bimbingan dan arahan, tidak ada kendali orang tua. Definisi Operasional Pola pengasuhan adalah skor yang diperoleh setelah orang tua menjawab pertanyaan yang berbentuk angket melalui skala penilaian terhadap kecenderungan orang tua dalam mengasuh anaknya.

Jumlah butir soal pernyataan 28 dengan 4 pilihan jawaban yaitu Selalu (SL), sering (S), jarang (J), dan tidak pernah (TP). Setiap pilihan jawaban diberi bobot. Pernyataan positif :  
Selalu (SL) = 4 Sering (S) = 3; Jarang (J) = 2 Tidak pernah (TP) = 1; Pernyataan Negatif :  
Selalu (SL) = 1 Sering (S) = 2 Jarang (J) = 3 Tidak pernah (TP) = 4 Kalibrasi Instrumen

Proses kalibrasi dengan menganalisis data hasil ujicoba instrumen untuk menguji tingkat keabsahan instrumen.

Pengujian keabsahan kriteria dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen statistik yang digunakan adalah koefisien korelasi product moment (rit) kriteria yang digunakan untuk menguji keabsahan butir adalah  $r$  tabel pada  $\alpha = 0,05$   $n = 30$  (0,361). Artinya jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir dianggap valid, sedangkan jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir dianggap tidak valid (drop atau tidak digunakan). Berdasarkan uji validitas jumlah butir instrumen Pola Asuh Orang Tua maka ada 2 butir drop sehingga jumlah butir instrumen Pola Asuh Orang Tua menjadi 26 butir dinyatakan valid, dan hasil perhitungan reliabilitas sebesar 0,840.

Variabel Tingkat Konsumtivitas (X2) Definisi Konseptual Tingkat konsumtivitas adalah frekuensi atau kekerapan belanja suatu produk atau jasa berdasarkan kategori rendah, sedang dan tinggi perbedaan individu, karakteristik pekerjaan, standar kelompok dan norma-norma budaya. Dalam hal pembelian mainan, seseorang dikatakan konsumtif apabila pembelian mainan tersebut didasarkan pada keinginan, meningkatkan gengsi, belanja melebihi pendapatan dan perilaku pembelian yang salah. Definisi Operasional Tingkat konsumtivitas adalah skor yang diperoleh setelah orang tua menjawab pertanyaan yang berbentuk angket melalui skala penilaian terhadap kekerapan frekuensi pembelian mainan anak yang dibeli oleh orang tua.

Jumlah butir soal pernyataan 20 dengan empat pilihan jawaban yaitu Sangat tinggi (ST), Tinggi (T), Rendah (R), dan Sangat rendah (SR). Setiap pilihan jawaban diberi bobot. Kalibrasi Instrumen Proses kalibrasi dengan menganalisis data hasil ujicoba instrumen untuk menguji tingkat keabsahan instrumen. Pengujian keabsahan kriteria dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen statistik yang digunakan adalah koefisien korelasi product moment ( $r_{jt}$ ) kriteria yang digunakan untuk menguji keabsahan butir adalah  $r_{hitung}$  pada  $\alpha = 0,05$   $n = 30$  (0,361). Artinya jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir dianggap valid, sedangkan jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir dianggap tidak valid (drop atau tidak digunakan).

Berdasarkan uji validitas jumlah butir instrumen Tingkat Konsumtivitas maka ada 1 butir drop sehingga jumlah butir instrumen Tingkat Konsumtivitas menjadi 19 butir dinyatakan valid dan hasil perhitungan reliabilitas sebesar 0,803. Teknik Analisis Data Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan teknik statistik korelasi sederhana, korelasi ganda, dan regresi sederhana serta regresi ganda. Hipotesis Statistik 1.  $H_0 : \rho_{y.1} = 0$   $H_1 : \rho_{y.1} > 0$  2.  $H_0 : \rho_{y.2} = 0$   $H_1 : \rho_{y.2} > 0$  3.  $H_0 : \rho_{y.12} = 0$   $H_1 : \rho_{y.12} > 0$  Keterangan :  $H_0$  = Hipotesis nol  $H_1$  = Hipotesis alternatif (kerja) X1 Pernyataan positif Pernyataan Negatif Sangat tinggi (ST) = 4 Sangat tinggi (ST) = 4

Tinggi (T) = 3 Tinggi (T) = 3 Rendah (R) = 2 Rendah (R) = 2 Sangat rendah (SR) = 1  
Sangat tidak Setuju (STS) = 1

$r_{y1}$  = Koefisien korelasi antara variabel X1 dan Y  
 $r_{y2}$  = Koefisien korelasi antara variabel X2 dan Y  
 $r_{12}$  = Koefisien korelasi antara X1 dan X2 dengan Y  
PEMBAHASAN Deskripsi Data Penelitian ini mengukur tiga variabel, yaitu motivasi pembelian mainan (Y), pola asuh orang tua (X1), dan tingkat konsumtivitas (X2) yang dilakukan pada 54 responden.

Masing-masing variabel diukur secara terpisah melalui instrumen penelitian yang berupa kuesioner. Pengujian data penelitian disajikan dengan maksud memberikan gambaran umum mengenai distribusi data yang merupakan hasil pengolahan dari tabulasi kuesioner atau data mentah (raw score) dengan menggunakan teknik statistik deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai distribusi data yang disajikan dalam bentuk distribusi frekuensi, skor total, skor maksimum, skor minimum, rata-rata, median, modus dan simpangan baku atau standar deviasi yang disertai dengan grafik histogram.

Masing-masing variabel secara berurutan akan disajikan sebagai berikut: 1) motivasi pembelian mainan (Y), 2) pola asuh orang tua (X1) dan 3) tingkat konsumtivitas (X2). Data Motivasi Pembelian Mainan (Y) Secara teoretik, skor terendah variabel motivasi pembelian mainan yang didapat dari lembar penilaian adalah 24 dan skor tertinggi adalah 96. Distribusi skor variabel motivasi pembelian mainan berdasarkan hasil penelitian di lapangan menghasilkan skor minimum 54; skor maksimum 80; rata-rata 66,167; median 65,5; modus 63; dan simpangan baku atau standar deviasi 6,782.

Data Pola Asuh Orang Tua (X1) Secara teoretik, skor terendah variabel pola asuh orang tua yang didapat dari lembar penilaian adalah 26 dan skor tertinggi adalah 104. Distribusi skor variabel pola asuh orang tua berdasarkan hasil penelitian di lapangan menghasilkan skor minimum 60; skor maksimum 90; rata-rata 73,037; median 73,5; modus 82; dan simpangan baku atau standar deviasi 7,389. Tingkat Konsumtivitas (X2) Secara teoretik, skor terendah variabel tingkat konsumtivitas yang didapat dari lembar penilaian adalah 19 dan skor tertinggi adalah 76.

Distribusi skor variabel tingkat konsumtivitas berdasarkan hasil penelitian di lapangan menghasilkan skor minimum 36; skor maksimum 68; rata-rata 54,037; median 52,5; modus 48; dan simpangan baku atau standar deviasi 7,195. Pengujian Persyaratan Di dalam penelitian ini, uji persyaratan analisis merupakan suatu yang harus dipenuhi agar analisis regresi dapat dilakukan, baik untuk kepentingan prediksi maupun untuk pengujian hipotesis. Syarat yang harus dipenuhi sebelum melakukan untuk analisis regresi ada tiga, baik regresi linear sederhana maupun regresi berganda, yaitu. Uji normalitas dengan galat taksiran  $(Y - \hat{Y})$  dari suatu regresi sederhana.

Uji homogenitas varians kelompok-kelompok skor Y yang dikelompokkan berdasarkan kesamaan data variabel prediktor (X). Uji linearitas bentuk regresi Y atas X, untuk regresi sederhana. Berdasarkan ketiga persyaratan tersebut terdapat dua persyaratan yang disajikan pengujiannya yaitu uji persyaratan normalitas galat taksiran regresi Y atas X1 dan Y atas X2 dengan asumsi bahwa berdistribusi populasi yang normal. Pengujian ini dilakukan karena pengujian hipotesis mensyaratkan bahwa sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Uji persyaratan homogenitas varians kelompok-kelompok skor Y berdasarkan kesamaan data X1, sedangkan kelinearan bentuk regresi sederhana Y atas X1 akan diuji pada bagian pengujian hipotesis penelitian. Uji persyaratan homogenitas yang mengasumsikan bahwa

skor variabel terikat (Y) yang berpasangan dengan skor variabel bebas (X1 dan X2) memiliki varians yang homogen. Uji Normalitas Sebelum dilakukan analisis regresi linear sederhana maupun analisis regresi linear berganda, maka perlu dilakukan pemeriksaan terhadap data, apakah data tersebut memenuhi persyaratan bahwa data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Pengujian normalitas galat taksiran Y atas X1 dimaksudkan untuk menguji apakah galat taksiran Y atas X5 atau (Y - ) berdistribusi normal atau tidak.

Ketentuan pengujiannya adalah terima  $H_0$  bila galat taksiran (Y - ) berdistribusi normal dan tolak  $H_0$  jika galat taksiran (Y - ) tidak berdistribusi normal. Hipotesis Statistiknya adalah:  $H_0$  : (Y - ) berdistribusi normal  $H_1$  : (Y - ) tidak berdistribusi normal. Pengujian normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran yang akan dianalisis dengan menggunakan uji Liliefors (L) dengan kriteria pengujian sebagai berikut. Terima  $H_0$  bila L hitung < L tabel Tolak  $H_0$  bila L hitung > L tabel Uji Normalitas Galat Taksiran regresi Y atas X, yaitu:  $y = \hat{Y} = a + b X_1$  Berdasarkan persamaan regresi  $\hat{Y} = a + b X_1$ , maka nilai konstanta (a) dan slope (b) dapat dicari.

Hasil perhitungan diperoleh persamaan  $\hat{Y} = 29,832 + 0,497X_1$ . Berdasarkan perhitungan regresi tersebut menghasilkan  $L_0 = 0,116$ . Nilai L tabel dengan  $n = 54$  pada taraf signifikan  $\alpha = 0,05$  adalah 0,1206 dan taraf signifikan  $\alpha = 0,01$  adalah 1403. Hal ini dapat dikatakan Bahwa  $H_0$  L hitung < L tabel dengan demikian  $H_0$  diterima artinya galat taksiran persamaan regresi  $\hat{Y} = 29,832 + 0,497X_1$ , berdistribusi normal. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas  $X_2$   $\hat{Y} = a + b X_2$  Berdasarkan persamaan regresi  $\hat{Y} = a + b X_2$ , maka nilai konstanta (a) dan slope (b) dapat dicari. Hasil perhitungan diperoleh persamaan  $\hat{Y} = 42,974 + 0,429X_2$ .

Berdasarkan perhitungan regresi tersebut menghasilkan  $L_0 = 0,112$ . Nilai L tabel dengan  $n = 54$  pada taraf signifikan  $\alpha = 0,05$  adalah 0,1206 dan taraf signifikan  $\alpha = 0,01$  adalah 1403. Hal ini dapat dikatakan Bahwa  $H_0$  L hitung < L tabel dengan demikian  $H_0$  diterima artinya galat taksiran persamaan regresi  $\hat{Y} = 42,974 + 0,429X_2$ , berdistribusi normal. Uji Homogenitas Uji homogenitas dilakukan dengan uji Bartlett yaitu uji kesamaan varians antara kelompok data Y yang dikelompokkan berdasarkan data X. Pengujian ini menggunakan kriteria pengujian, sebagai berikut.

Terlebih dahulu membuat pengelompokan data Y sesuai dengan kesamaan data X, kemudian menghitung nilai-nilai  $dk$ ,  $1/dk \cdot s_i^2$ ,  $\log s_i^2$  dan  $dk s_i^2$ . Selanjutnya nilai-nilai tersebut dihitung  $\chi^2$  dan hasilnya disebut  $\chi^2$  hitung. Uji Homogenitas Varians Y atas  $X_1$  Melalui hasil perhitungan pengujian homogenitas varians Y atas  $X_1$  diperoleh  $\chi^2$  hitung = 31,366 nilainya lebih kecil dari  $\chi^2$  tabel dengan  $n = 54$  diperoleh nilai  $\chi^2$  tabel (0,05 ; 23) = 35,2 dan  $\chi^2$  tabel (0,01 ; 23) = 41,8. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa



H0 diterima, berarti varians kelompok-kelompok Y atas X1 adalah homogen.

Uji Homogenitas Varians Y atas X2 Melalui hasil perhitungan pengujian homogenitas varians Y atas X1 diperoleh  $\chi^2$  hitung = 14,573 nilainya lebih kecil dari  $\chi^2$  tabel dengan n = 54 diperoleh nilai  $\chi^2$  tabel (0,05 ; 23) = 35,2 dan  $\chi^2$  tabel

$(0,01 ; 23) = 41,8$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, berarti varians kelompok- kelompok Y atas  $X_1$  adalah homogen. PENGUJIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN Pengujian hipotesis penelitian dimaksudkan untuk mengetahui apakah hipotesis nol yang diajukan ( $H_0$ ) ditolak atau diterima pada taraf signifikan tertentu.

Uji hipotesis yang akan dilakukan adalah berupa analisis regresi untuk mengetahui bentuk hubungan antar variabel. Analisis regresi yang dilakukan adalah analisis regresi sederhana berupa penyusunan persamaan regresi disertai uji keberartian (signifikansi) dan uji linearitas, analisis regresi ganda berupa persamaan regresi disertai uji keberartian (signifikansi). Untuk mengetahui kekuatan hubungan antar variabel digunakan analisis korelasi.

Analisis korelasi dan determinasi disertai uji keberartian (signifikansi), analisis korelasi parsial dan determinasi parsial disertai uji keberartian (signifikansi) dan korelasi ganda disertai uji keberartian (signifikansi). Hubungan Antara Pola Asuh Orang Tua ( $X_1$ ) dengan Motivasi Pembelian Mainan (Y) Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara pola asuh orang tua dengan motivasi pembelian mainan. Dengan demikian, makin baik pola asuh orang tua maka makin terpelihara/terarah motivasi pembelian mainan.

Analisis regresi linear sederhana antara pola asuh orang tua dengan motivasi pembelian mainan, menghasilkan arah koefisien regresi "b" sebesar 0,497 dan konstanta "a" sebesar 29,832, Maka dengan demikian, bentuk hubungan antara pola asuh orang tua dengan motivasi pembelian mainan ditunjukkan oleh persamaan regresi sederhana =  $29,832 + 0,497X$  Selanjutnya untuk mengetahui derajat keberartian persamaan regresi sederhana tersebut, dilakukan uji F dan diperoleh kesimpulan bahwa persamaan regresi  $y = 29,832 + 0,497X$  sangat signifikan dan linear. Persamaan regresi tersebut dapat memberikan gambaran bahwa setiap peningkatan satu skor pola asuh orang tua akan diikuti oleh kenaikan skor motivasi pembelian mainan sebesar 0,497 pada konstanta 29,832.

Kekuatan hubungan tersebut dapat dilihat pada grafik, di bawah ini. 80 70 60 50 40 30 20 10 0 0 20 40 60 80 100 Pola Asuh Orang Tua (  $X_1$  ) Gambar 1. Grafik Persamaan Regresi  $Y = 29,832 + 0,497X$ ,

Hasil perhitungan kekuatan **hubungan antara pola asuh orang tua** (X1) dengan motivasi pembelian mainan (Y) ditunjukkan oleh koefisien korelasi  $r = 0,542$ . Koefisien korelasi tersebut ternyata sangat signifikan. Uji Signifikansi Koefisien Korelasi **antara Pola Asuh Orang Tua** (X1) dengan Motivasi Pembelian Mainan Koefisien Korelasi signifikan ( $4,651 > 1,68$ ) pada  $\alpha = 0,05$ . Dari hasil perhitungan uji signifikansi Koefisien korelasi tersebut  $t$  hitung  $4,651$  lebih besar dari  $1,68$  pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$  dan  $t$  tabel pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,01$ . Dengan demikian, **dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi antara pola asuh orang tua** (X<sub>1</sub>) dengan motivasi pembelian mainan (Y) sebesar  $0,542$  adalah signifikan.

Ini berarti **terdapat hubungan positif dan signifikan antara pola asuh orang tua dengan motivasi** pembelian mainan atau dengan perkataan lain makin baik **pola asuh orang tua** maka makin terpelihara/terarah motivasi pembelian mainan. Hasil koefisien determinasinya  $r^2 = (0,542)^2 = 0,298$  atau  $29,8\%$ . Ini berarti variasi motivasi pembelian mainan (Y) ditentukan oleh **pola asuh orang tua** (X1) sebesar  $29,8\%$  melalui persamaan regresi  $y = 29,832 + 0,497X_1$  Kekuatan **hubungan antara pola asuh orang tua dengan motivasi** pembelian mainan dengan mengontrol pengaruh variabel tingkat konsumtivitas didapat koefisien korelasi parsial **pola asuh orang tua dengan motivasi** pembelian mainan  $r_{y1.2} = 0,358$ .

Uji Signifikansi **Koefisien Korelasi Parsial antara Pola Asuh Orang Tua** (X1) dengan Motivasi Pembelian Mainan (Y) di kontrol oleh Tingkat Konsumtivitas (X2) Berdasarkan uji signifikansi Koefisien korelasi parsial dapat disimpulkan bahwa dengan mengontrol tingkat konsumtivitas tetap **terdapat hubungan antara pola asuh orang tua** (X1) dengan motivasi pembelian mainan (Y). Hubungan Antara Tingkat Konsumtivitas (X2) dengan Motivasi Pembelian Mainan (Y) Hipotesis kedua yang diajukan **dalam penelitian ini adalah** terdapat hubungan positif antara tingkat konsumtivitas dengan motivasi pembelian mainan.

Dengan demikian, makin tinggi tingkat konsumtivitas maka makin tinggi motivasi pembelian mainan. **Analisis regresi linear sederhana** antara tingkat konsumtivitas dengan motivasi pembelian mainan, menghasilkan arah koefisien regresi "b" sebesar  $0,429$  dan konstanta "a" sebesar  $42,974$ . Maka dengan demikian, bentuk hubungan antara tingkat konsumtivitas dengan motivasi pembelian mainan ditunjukkan oleh persamaan regresi sederhana  $y = 42,974 + 0,429X_2$ .

Selanjutnya untuk mengetahui derajat keberartian persamaan regresi sederhana tersebut, dilakukan uji F. Berdasarkan pada pengujian signifikansi dan pengujian linearitas regresi tersebut di atas, **dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi**  $= 42,974 + 0,429X$ , sangat **signifikan dan linear**. **Persamaan** regresi tersebut dapat memberikan

gambaran bahwa setiap peningkatan satu skor tingkat konsumtivitas akan diikuti oleh kenaikan skor motivasi pembelian mainan sebesar 0,429 pada konstanta 42,974.

Kekuatan hubungan tersebut dapat dilihat pada grafik, di bawah ini. 80 70 60 50 40 30 20 10 0 0 20 40 60 80 Tingkat Konsumtivitas ( X2 )

Gambar 2. Grafik Persamaan Regresi  $\hat{Y} = 42,974 + 0,429X_2$  Hasil perhitungan kekuatan hubungan antara tingkat konsumtivitas ( $X_2$ ) dengan motivasi pembelian mainan ( $Y$ ) ditunjukkan oleh koefisien korelasi  $r^2 = 0,455$ . Koefisien korelasi tersebut ternyata positif. Uji Signifikansi Koefisien Korelasi antara Tingkat Konsumtivitas ( $X_2$ ) dengan Motivasi Pembelian Mainan ( $Y$ ) Koefisien Korelasi signifikan ( $3,688 > 1,68$ ) pada  $\alpha = 0,05$ . Dari hasil perhitungan uji signifikansi koefisien korelasi tersebut  $t = 3,688$  lebih besar dari  $1,68$  pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$  dan  $t_{tabel}$  pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,01$ .

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi antara tingkat konsumtivitas ( $X_2$ ) dengan motivasi pembelian mainan ( $Y$ ) sebesar  $0,455$  adalah positif dan signifikan. Ini berarti terdapat hubungan positif dan signifikan antara tingkat konsumtivitas dengan motivasi pembelian mainan atau dengan perkataan lain makin tinggi tingkat konsumtivitas maka makin tinggi motivasi pembelian mainan. Hasil koefisien determinasinya  $r^2 = (0,455)^2 = 0,207$  atau  $20,7\%$ . Ini berarti variasi motivasi pembelian mainan ( $Y$ ) dapat dijelaskan oleh tingkat konsumtivitas ( $X_2$ ) sebesar  $20,7\%$  melalui persamaan regresi  $y = 42,974 + 0,429X_2$ .

Kekuatan hubungan antara tingkat konsumtivitas dengan motivasi pembelian mainan dengan mengontrol pengaruh variabel pola asuh orang tua didapat koefisien korelasi parsial tingkat konsumtivitas dengan motivasi pembelian mainan  $r^2_{2.1} = 0,472$  Uji Signifikansi Koefisien Korelasi Parsial antara Tingkat Konsumtivitas ( $X_2$ ) dengan Motivasi Pembelian Mainan ( $Y$ ) dikontrol oleh Pola Asuh Orang Tua ( $X_1$ ) Koefisien Korelasi Parsial  $r^2$ , adalah signifikan ( $3,827 > 1,68$ ) pada  $\alpha = 0,05$ . Berdasarkan uji signifikansi koefisien korelasi parsial tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan mengontrol pola asuh orang tua ( $X_1$ ) tetap terdapat hubungan antara tingkat konsumtivitas ( $X_2$ ) dengan motivasi pembelian mainan ( $Y$ ). 3.

Hubungan antara Pola Asuh Orang Tua ( $X_1$ ) dan Tingkat Konsumtivitas ( $X_2$ ) secara bersama-sama dengan Motivasi Pembelian Mainan ( $Y$ ) Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara pola asuh orang tua dan tingkat konsumtivitas secara bersama-sama dengan motivasi pembelian mainan. Dengan demikian, makin terarah pola asuh orang tua dan tingkat konsumtivitas, maka makin terpelihara motivasi pembelian mainan. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hubungan antara pola asuh orang tua dan tingkat konsumtivitas secara bersama-sama dengan motivasi pembelian mainan dinyatakan dengan persamaan regresi =  $20,357 + 0,406X_1 + 0,298X_2$  Berdasarkan pada pengujian signifikansi persamaan regresi tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi ganda =  $20,357 + 0,406X_1 + 0,298X_2$ .

Ini berarti terdapat hubungan positif dan signifikan antara pola asuh orang tua dan

tingkat konsumtivitas secara bersama-sama dengan motivasi pembelian mainan. Hasil perhitungan kekuatan **hubungan antara pola asuh orang tua dan** tingkat konsumtivitas secara bersama-sama dengan motivasi pembelian mainan ditunjukkan oleh  $R_{y12} = 0,620$ . Koefisien ganda tersebut ternyata sangat signifikan. Koefisien Korelasi signifikan F hitung = 15,912 pada taraf nyata  $\alpha = 0,05$  Dari hasil perhitungan uji signifikansi Koefisien korelasi ganda tersebut  $F_{hitung} = 107,59$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$  dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,01$ , sehingga **dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi antara pola asuh orang tua dan** tingkat konsumtivitas secara bersama-sama dengan motivasi pembelian mainan di tunjukkan oleh  $R_{y12} = 0,620$ , hasil koefisien determinasi  $R^2 = (0,620)^2 = 0,384$  atau variasi koefisien determinasi sebesar 0,384 atau 38,4%.

Ini berarti variasi motivasi pembelian mainan dijelaskan oleh **pola asuh orang tua dan** tingkat konsumtivitas secara bersama-sama dengan motivasi pembelian mainan melalui persamaan regresi =  $20,357 + 0,406X_1 + 0,298X_2$ . PENUTUP

Kesimpulan Berdasarkan hasil analisis data dan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan, implikasi penelitian dan, saran-saran yang patut dipertimbangkan bagi penelitian selanjutnya. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah pola asuh orang tua (X1), tingkat konsumtivitas (X2), dan motivasi pembelian mainan (Y).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga hipotesis penelitian (H1) yang diajukan dalam penelitian ini diterima dan sebaliknya menolak hipotesis nol (Ho). Hal ini berarti terdapat hubungan yang positif antara (1) pola asuh orang tua terhadap motivasi pembelian mainan, (2) tingkat konsumtivitas terhadap motivasi pembelian serta, (3) pola asuh orang tua dan tingkat konsumtivitas secara bersama-sama terhadap motivasi pembelian mainan.

Berdasarkan hasil analisis data dan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan, ditemukan bahwa faktor pola asuh orang tua dengan motivasi pembelian mainan terdapat hubungan yang signifikan memiliki nilai keeratan hubungan sebesar  $r = 0,542$ . Hal tersebut berarti bahwa pola asuh orang tua berhubungan secara positif dengan motivasi pembelian mainan. Kesimpulan tersebut terlihat dari adanya koefisien korelasi yang signifikan antara pola asuh orang tua dengan motivasi pembelian mainan pada taraf signifikansi 5 persen, meskipun dengan variabel bebas yang lain dikendalikan.

Karena dapat disimpulkan bahwa semakin baik pola asuh orang tua maka akan semakin terarah motivasi pembelian yang dicapai oleh anaknya. Penambahan skor motivasi pembelian dilihat dari pola asuh orang tua dapat dijelaskan melalui persamaan regresi sederhana  $y = 29,832 + 0,497X_1$ , dan variabel motivasi pembelian ditentukan oleh variabel pola asuh sebesar 29,8%. Selain itu, antara tingkat konsumtivitas dengan motivasi pembelian mainan terdapat hubungan yang signifikan, memiliki koefisien korelasi yang besar, artinya faktor tingkat konsumtivitas terhadap pembelian mainan mempunyai keeratan hubungan sebesar  $r^2 = 0,455$  pada taraf signifikansi 5 persen. Hal tersebut berarti, bahwa tingkat konsumtivitas berhubungan secara positif dengan motivasi pembelian mainan.

Hal ini menunjukkan bahwa 20,7% variasi motivasi pembelian mainan dapat dijelaskan hubungannya dengan tingkat konsumtivitas. Karena itu dapat disimpulkan bahwa semakin baik tingkat konsumtivitas maka akan semakin terarah pula motivasi pembelian mainan. Penambahan skor motivasi pembelian mainan dilihat dari tingkat konsumtivitas dapat dijelaskan melalui persamaan regresi sederhana  $= 42,974 + 0,429X_2$ . Dengan demikian, seseorang yang memiliki tingkat konsumtivitas tinggi terhadap motivasi pembelian mainan, ia mempunyai sumbangan terhadap motivasi pembelian mainan.

Motivasi pembelian mainan dapat pula diprediksi atas dasar tingkat konsumtivitas terhadap motivasi pembelian mainan. Hubungan ganda, antara variabel pola asuh orang tua dan tingkat konsumtivitas secara bersama-sama terdapat hubungan yang signifikan dengan motivasi pembelian mainan. Dengan besar hubungan adalah  $R_{y12} = 0,937$ ; artinya motivasi pembelian mainan (Y) dapat ditentukan atas dasar faktor pola asuh orang tua ( $X^1$ ) dan tingkat konsumtivitas ( $X_2$ ). Dengan daya jelas (koefisien determinasi sebesar 38,4%).

Hal ini berarti bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama berhubungan secara positif dengan motivasi pembelian mainan. Kesimpulan tersebut terlihat dari adanya koefisien korelasi yang signifikan antara kedua variabel secara bersama-sama dengan, motivasi pembelian mainan pada taraf signifikansi 5 persen dengan persamaan regresi ganda =  $20,357 + 0,406X_1 + 0,298X_2$ . Besarnya hubungan yang diberikan oleh masing-masing variabel bebas dengan motivasi pembelian mainan terlihat pada hasil sumbangan efektifnya.

Besarnya sumbangan efektif secara berturut-turut diberikan oleh pola asuh orang tua sebesar 12,8% dan tingkat konsumtivitas sebesar 22,3%. Dengan demikian kedua variabel bebas tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi motivasi pembelian mainan, walaupun kontribusinya kecil. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa motivasi pembelian mainan secara berarti dipengaruhi oleh variabel pola asuh orang tua dan tingkat konsumtivitas, baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama.

Dengan demikian, secara keseluruhan hasil penelitian ini mendukung kerangka teoretik yang diajukan. Penelitian mengenai hubungan antara pola asuh orang tua dengan motivasi pembelian mainan sejalan dengan hasil penelitian ini. Karena pola asuh orang tua ternyata mempunyai hubungan secara positif terhadap motivasi pembelian mainan anaknya, maka sudah sewajarnya kalau hal ini perlu



dipikirkan sebaik-baiknya agar pola asuh orang tua dapat mengendalikan konsumtivitas anak terhadap mainan. Penelitian ini juga menemukan adanya hubungan yang positif antara variabel tingkat konsumtivitas dengan motivasi pembelian mainan.

Tingkat konsumtivitas adalah frekuensi atau kekerapan belanja suatu produk atau jasa berdasarkan kategori rendah, sedang dan tinggi, perbedaan individu, karakteristik pekerjaan, standar kelompok, dan norma-norma budaya. Dalam hal pembelian mainan, seseorang dikatakan konsumtif apabila pembelian mainan tersebut didasarkan pada kepuasan, meningkatkan gengsi, pendapatan, dan perilaku pembelian. Dilihat dari skor rata-rata yang dicapai dapat disimpulkan bahwa tingkat konsumtivitas yang dimiliki oleh orang tua ternyata sudah cukup baik (rata-rata 50%).

Hal ini sangat menggembirakan karena adanya konsumtivitas yang rendah berarti para orang tua mempunyai kemauan yang keras untuk tidak konsumtif. Karena tingkat konsumtivitas ternyata mempunyai hubungan yang positif dengan motivasi pembelian mainan, maka hal ini sebaiknya dimanfaatkan semaksimal mungkin oleh orang tua untuk menanamkan pola hidup hemat bagi putra-putrinya. Selain itu, perilaku konsumtif anak juga banyak dipengaruhi oleh pola asuh orang tua, di mana orang tua juga harus tahu kapan anak diberi kebebasan memilih mainan, kapan pembelian mainan ditentukan oleh orang tua, serta kapan anak boleh membeli sendiri mainan yang diinginkan. Implikasi Beberapa implikasi penelitian yang diperoleh berdasarkan hasil temuan penelitian menekankan pada usaha orang tua dalam mengembangkan pola asuhnya serta tingkat konsumtivitas anak terhadap motivasi pembelian mainan.

Temuan penelitian mempunyai implikasi terhadap upaya mengarahkan motivasi pembelian mainan; Pertama, implikasi kreatif : Anak yang berdisiplin memiliki keteraturan diri berdasarkan nilai agama, aturan-aturan pergaulan, pandangan hidup, dan sikap hidup yang bermakna bagi dirinya sendiri. Kreativitas anak dapat dibentuk sejak dini dengan stimulus yang menuju ke arah peningkatan. Dalam hal pembelian mainan, kreativitas anak terbentuk bukan oleh adanya mainan yang mahal dan canggih tetapi lebih kepada bagaimana orang tua memberikan atau menyediakan mainan yang dapat menggali potensi-potensi dari diri si anak.

Hal yang penting di sini adalah bagaimana membangun kreativitas anak dengan memanfaatkan bahan-bahan yang murah dan mudah didapat di lingkungan sendiri. Kedua, Implikasi inovatif : Hasil temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai petunjuk bagi orang tua untuk mengarahkan anaknya pada perilaku pembelian mainan, upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh orang tua untuk mendapatkan mainan, di antaranya dapat dilakukan dengan mencari mainan yang sekaligus dapat mendidik anak. Ketiga, implikasi kritis: Dalam memilih mainan untuk anak, orang tua perlu

memperhatikan petunjuk pada label yang tertulis dalam kemasan misalnya umur anak.

Sebagai orang tua harus dapat membimbing dan mengarahkan **anak ke arah kehidupan yang** lebih baik, termasuk juga mengarahkan motivasi pembelian mainan. Dengan motivasi pembelian yang terarah maka konsumtivitas dapat ditekan sehingga tingkat konsumtivitas berada pada tingkat yang rendah, dengan demikian anak diajarkan untuk hidup hemat. Saran-saran Dari kesimpulan hasil penelitian dan implikasi penelitian seperti yang telah diutarakan, maka diajukan beberapa saran, sebagai berikut. Pertama, hendaknya ada upaya dari orang tua agar mengarahkan keinginan anak untuk membeli mainan.

Ini berarti juga merupakan investasi jangka panjang bagi masa depan generasi berikutnya. Di samping itu juga memberikan dorongan kepada para orang tua agar berusaha semaksimal mungkin untuk menekan tingkat konsumtivitas yang tinggi, karena diyakini bahwa anak selalu menginginkan mainan baru walaupun sebenarnya ia tidak begitu membutuhkannya. Kedua, saran untuk orang tua, hendaknya lebih baik lagi di dalam memilih mainan bagi anak- anaknya.

Hal-hal yang diperlukan oleh anaknya dalam rangka meningkatkan kebutuhan perkembangan semaksimal mungkin dipenuhi, misalnya pengadaan mainan sesuai dengan tugas perkembangan anak dan kebutuhan anak. Di samping itu juga harus selalu memperhatikan kegiatan anaknya, terutama kegiatan belajarnya. Apakah cara belajar anaknya sudah teratur, ini juga perlu dimonitor mengingat keseimbangan antara bermain dan belajar bagi anak usia TK masih sama-sama diperlukan, apalagi bila dikaitkan dengan konsep play by doing.

Ketiga, saran untuk guru, menumbuhkan dan meningkatkan motivasi belajar anak maka guru di dalam kegiatan belajar mengajarnya harus mampu memilih strategi belajar mengajar yang tepat

sesuai dengan sifat pesan yang akan disampaikan kepada anak. Dengan pemilihan strategi belajar mengajar yang tepat sesuai dengan sifat pesan yang akan disampaikan, maka anak TK A akan bersemangat di dalam belajarnya. Dengan demikian waktu anak tidak hanya untuk bermain. Keempat, sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui sejauh **mana pola asuh orang tua** bila dikaitkan dengan tingkat konsumtivitas dan motivasi pembelian mainan, maka dengan semakin kompleksnya kehidupan di masyarakat, serta seruan untuk menghemat dalam semua aspek kebutuhan hidup maka pola hidup hemat dapat ditanamkan kepada anak sedini mungkin, agar kelak tidak menjadi pribadi yang konsumtif. DAFTAR PUSTAKA Abdurrachman, A. (1982). Ekonomi keuangan perdagangan. Jakarta: Pradnya Paramita.

Hurlock, E.B. (1978). Child development. Tokyo: McGraw-Hill Kogakusha, Ltd. Media Indonesia. (2004). Mengubah dan menggabungkan "Brand". Jakarta, Minggu 11 Januari 2004 Olson. (1996). Consumer behavior. Alih bahasa Damos Sihombing MB. Jakarta: Erlangga. Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (2000). Consumer behavior. New Jersey: Englewood Cliffs. Singgih, G. (1992). Pengantar Psikologi. Jakarta: Mutiara Sumber Widya. Solomon, M.R. (1992). Consumer behavior : Buying, having, and being. USA. Prentice Hall. New Jersey: Upper Saddle River. Winardi. (1991). Marketing dan perilaku konsumen. Bandung: CV. Mandar Maju. Zainun, B. (1981). Manajemen dan motivasi.

Jakarta: Balai Aksara

#### INTERNET SOURCES:

<1% -

<https://repository.ung.ac.id/get/karyailmiah/8500/rasuna-rasid-talib-empowering-dialog-reading-journal-for-fostering-students-awareness-and-comprhension-on-reading-text-in-efl-classroom.pdf>

<1% - <https://repository.polimdo.ac.id/2772/>

<1% - <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jpepa/article/view/30054>

<1% - <http://repository.upi.edu/16772/>

<1% - <https://unanda.ac.id/ojs/index.php/jemma/article/download/365/335>

<1% - <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/bunayya/article/view/6810>

<1% - <https://www.sehatq.com/artikel/working-mom>

<1% -

<https://riyanikhramullah.blogspot.com/2014/11/pengaruh-kelompok-rujukan-reference.html>

<1% -

[https://www.academia.edu/63050705/Hubungan\\_Antara\\_Pola\\_Asuh\\_Orang\\_Tua\\_Dengan\\_Minat\\_Baca\\_Anak](https://www.academia.edu/63050705/Hubungan_Antara_Pola_Asuh_Orang_Tua_Dengan_Minat_Baca_Anak)

<1% -

<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1761138&val=18782&title=HUBUNGAN%20ANTARA%20POLA%20ASUH%20ORANG%20TUA%20DENGAN%20PE NYIMPANGAN%20MENTAL%20EMOSI%20ANAK%20USIA%2036-%2072%20BULAN%20 DI%20PG-TK%20TERPADU%20GABUGAN%20TANON%20SRAGEN%20TAHUN%202013>

<1% - <http://repository.fe.unj.ac.id/1399/5/Chapter%203.pdf>

<1% - [http://repository.upi.edu/75381/2/S\\_PAUD\\_2002598\\_Chapter1.pdf](http://repository.upi.edu/75381/2/S_PAUD_2002598_Chapter1.pdf)

<1% - <https://repository.ump.ac.id/6755/3/SITI%20MUSRIAH%20BAB%20II.pdf>

<1% -

<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/22728/10.%20BAB%20II%20%2 82%29.pdf?sequence=10>

<1% - <https://quizlet.com/7250327/cb-ch-4-flash-cards/>

<1% - <http://repository.wima.ac.id/id/eprint/1545/2/BAB%201.pdf>

<1% -

<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/1522/05.2%20bab%202.pdf?seque nce=8>

<1% -

[https://www.researchgate.net/publication/338007149\\_Sukses\\_dan\\_Bahagia\\_Filsafat](https://www.researchgate.net/publication/338007149_Sukses_dan_Bahagia_Filsafat)

<1% -

<https://www.sehatq.com/review/11-rekomendasi-mainan-lilin-play-doh-yang-bermanfa at-untuk-anak>

<1% -

<https://fitriisaurah.blogspot.com/2015/01/pengaruh-kelompok-terhadap-perilaku.html>

<1% -

[https://www.researchgate.net/publication/342738062\\_Pola\\_Asuh\\_Orang\\_Tua\\_dan\\_Meto de\\_Pengasuhan\\_dalam\\_Membentuk\\_Kepribadian\\_Anak](https://www.researchgate.net/publication/342738062_Pola_Asuh_Orang_Tua_dan_Meto de_Pengasuhan_dalam_Membentuk_Kepribadian_Anak)

<1% -

<http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/penelitian/Aprilia%20Tina%20Lidyasari,%20M.Pd. /ARTIKEL%20POLA%20ASUH.pdf>

<1% - <https://ejournal.unp.ac.id/index.php/paud/article/download/1623/1397>

<1% - <https://www.kajianpustaka.com/2021/01/pola-asuh-orang-tua.html>

<1% - <http://etheses.iainkediri.ac.id/75/3/7.%20BAB%20II.pdf>

<1% -

<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/738/05.%20%20bab%202.pdf?seq uence=8>

<1% -

<https://finance.detik.com/solusiukm/d-6361070/contoh-perilaku-konsumen-dan-faktor- yang-menyebabkannya>

<1% - <https://www.kitapunya.net/pengertian-keputusan-pembelian/>

<1% - <https://repository.uinbanten.ac.id/4502/5/BAB%203.pdf>

<1% - [http://repository.upi.edu/85361/4/S\\_PPB\\_1703790\\_Chapter3.pdf](http://repository.upi.edu/85361/4/S_PPB_1703790_Chapter3.pdf)  
<1% - <http://repository.unj.ac.id/15757/>  
<1% -  
<http://staffnew.uny.ac.id/upload/132255129/pengabdian/4-karakteristik-butir-tes-dan-analisisnya.pdf>  
<1% - [http://a-research.upi.edu/operator/upload/t\\_adpen\\_0809194\\_chapter3.pdf](http://a-research.upi.edu/operator/upload/t_adpen_0809194_chapter3.pdf)  
<1% - <http://repository.fe.unj.ac.id/2275/5/Chapter3.pdf>  
<1% - <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/thufula/article/download/2421/pdf>  
<1% -  
<https://www.lemonilo.com/amp/blog/pahami-pola-asuh-permisif-dan-dampak-buruk-bagi-anak>  
<1% - <https://repository.uinbanten.ac.id/1826/5/15.%20Bab%203.pdf>  
<1% -  
<https://www.detik.com/bali/berita/d-6548598/mengenal-apa-itu-teknik-analisis-data-jenis-jenis-dan-contohnya>  
<1% -  
<https://text-id.123dok.com/document/oz132xk3q-koefisien-korelasi-ganda-r-antara-prediktor-x1-dan-x2-dengan-y.html>  
<1% -  
<https://repository.ump.ac.id/9874/5/RAHUL%20SUKUR%20PUTRA%20PAMUNGKAS%20-%20BAB%20IV.pdf>  
<1% - <https://agungbudisantoso.com/penjelasan-lengkap-regresi-berganda/>  
<1% -  
<https://lldikti11.kemdikbud.go.id/jurnal/pdf/d3248250-3092-11e8-9030-54271eb90d3b/>  
<1% - <https://id.scribd.com/document/538053979/Uji-Homogenitas-Kelompok-4>  
<1% - <https://dqlab.id/contoh-teknik-analisis-data-dalam-uji-homogenitas>  
<1% - [http://repository.upi.edu/20820/5/S\\_PKR\\_1103022\\_Chapter2.pdf](http://repository.upi.edu/20820/5/S_PKR_1103022_Chapter2.pdf)  
<1% - <https://sisfo.itp.ac.id/bahanajar/BahanAjar/Herman/Kuat%20geser.pdf>  
<1% - <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/rlj/article/download/42071/19347>  
<1% - [https://ejournal.unib.ac.id/j\\_consilia/article/download/3978/2212/0](https://ejournal.unib.ac.id/j_consilia/article/download/3978/2212/0)  
<1% -  
[http://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/index.php/home/detail/detail\\_koleksi/2/SKR/th\\_terbit/000000000000000096541/2016](http://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/index.php/home/detail/detail_koleksi/2/SKR/th_terbit/000000000000000096541/2016)  
<1% - <https://idschool.net/olah-data/analisis-regresi-linear-sederhana-berganda/>  
<1% - <https://primary.ejournal.unri.ac.id/index.php/JPFKIP/article/download/3716/3620>  
<1% -  
<https://repository.unikom.ac.id/36296/1/PENGUJIAN%20HIPOTESIS%20semua.pdf>  
<1% - [http://repository.upi.edu/74375/5/T\\_ADP\\_039504\\_chapter5.pdf](http://repository.upi.edu/74375/5/T_ADP_039504_chapter5.pdf)  
<1% - <https://id.scribd.com/doc/179507849/Analisis-korelasi-parsial-doc>  
<1% -

[https://www.researchgate.net/publication/342979795\\_Hubungan\\_Antara\\_Pola\\_Asuh\\_Orang\\_Tua\\_dengan\\_Motivasi\\_Belajar\\_Matematika\\_Siswa](https://www.researchgate.net/publication/342979795_Hubungan_Antara_Pola_Asuh_Orang_Tua_dengan_Motivasi_Belajar_Matematika_Siswa)

<1% - <http://lib.unnes.ac.id/42888/>

<1% -

[https://www.researchgate.net/publication/361291912\\_Hubungan\\_Pola\\_Asuh\\_Orang\\_Tua\\_Dan\\_Regulasi\\_Diri\\_Dengan\\_Motivasi\\_Berprestasi\\_Citra](https://www.researchgate.net/publication/361291912_Hubungan_Pola_Asuh_Orang_Tua_Dan_Regulasi_Diri_Dengan_Motivasi_Berprestasi_Citra)

<1% -

<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1561630&val=2338&title=HUBUNGAN%20POLA%20ASUH%20ORANG%20TUA%20DENGAN%20KECERDASAN%20OSOSIAL%20ANAK%20USIA%205-6%20TAHUN>

<1% - <http://eprints.ums.ac.id/35451/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>

<1% -

<https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/127612-T%2026403-Pengaruh%20motivasi-Methodologi.pdf>

<1% -

<https://www.alodokter.com/bunda-ini-panduan-memilih-mainan-yang-aman-untuk-anak>

<1% - <https://repository.unja.ac.id/32831/3/BAB%20II%20SKRIPSI.pdf>

<1% -

<https://www.neliti.com/publications/153445/pola-asuh-orang-tua-dengan-tingkat-perkembangan-sosial-anak-usia-1-3-tahun-di-de>