

Analisis Faktor-Faktor Psikologis Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen: Pendekatan Data Mining Menggunakan Rapidminer

Uhti Lestar¹, Anna Dina Kalifia²

Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Teknologi Yogyakarta

email ; Uhti.5221111048@student.uty.ac.id , Anna.dina.kalifia@staff.uty.ac.id

***Abstract.** Literary psychology is a branch of psychology that studies the interaction between psychology and literature. It involves analyzing and understanding how psychological elements, such as emotion, motivation, perception, and personality, can be understood through literary works. Literary psychology tries to explain and understand human experiences expressed in literary works, as well as how literary works can influence and affect readers emotionally and psychologically. "Analysis of Psychological Factors that Influence Consumer Decisions in Choosing the Modern Market: Data Mining Approach using RapidMiner" - Research This aims to find out which psychological factors influence consumer decisions in choosing modern markets. The type of research carried out is explanatory research which explains the causal relationship between variables through hypothesis testing. In this research, analysis of the coefficient of determination is carried out to determine consumer psychological factors. which contributed 62.1% in influencing purchasing decisions, while the remaining 37.9% was influenced by other factors in analysis using the Decision Tree method: This method is used to build prediction models based on decision trees. Decision trees can help identify the psychological factors that are most influential in making consumer decisions.*

***Keywords:** Literary Psychology. Psychological factors, decision trees*

Abstrak. Psikologi sastra adalah cabang psikologi yang mempelajari interaksi antara psikologi dan sastra. Ini melibatkan analisis dan pemahaman tentang bagaimana elemen-elemen psikologis, seperti emosi, motivasi, persepsi, dan kepribadian, dapat dipahami melalui karya sastra. Psikologi sastra mencoba untuk menjelaskan dan memahami pengalaman manusia yang terungkap dalam karya sastra, serta bagaimana karya sastra dapat mempengaruhi dan memengaruhi pembaca secara emosional dan psikologis..Analisis Faktor Psikologis yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Memilih Pasar Modern: Pendekatan Data Mining menggunakan RapidMiner" - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor psikologis mana yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih pasar modern. Jenis penelitian yang dilakukan adalah eksplanatory research yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis, Dalam penelitian ini, dilakukan analisis koefisien determinasi untuk mengetahui faktor-faktor psikologis konsumen yang berkontribusi sebesar 62,1% dalam mempengaruhi keputusan pembelian, sementara sisanya sebesar 37,9% dipengaruhi oleh faktor lainnya di analisis menggunakan metode Pohon Keputusan: Metode ini digunakan untuk membangun model prediksi yang berbasis pada pohon keputusan. Pohon keputusan dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor psikologis yang paling berpengaruh dalam membuat keputusan konsumen.

Kata Kunci: Psikologi Sastra.faktor psikologi,pohon keputusan

PENDAHULUAN

Penelitian ini membahas analisis faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan konsumen dengan menggunakan pendekatan data mining, khususnya dengan menggunakan RapidMiner. Keputusan konsumen merupakan proses kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk faktor psikologis. Memahami dan menganalisis faktor-faktor psi Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan-perusahaan berusaha untuk memahami perilaku konsumen dengan lebih baik. Keputusan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor ekonomi, tetapi juga oleh faktor-faktor psikologis seperti

persepsi, sikap, dan motivasi. Oleh karena itu, analisis yang mendalam terhadap faktor-faktor psikologis ini diperlukan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran.

Data mining menjadi alat yang sangat efektif dalam menganalisis pola-pola kompleks dan hubungan non-linear dalam dataset yang besar. RapidMiner, sebagai platform data mining, memberikan kemampuan untuk menggali wawasan dari data konsumen yang kompleks dan beragam. Dengan menggunakan teknik-teknik seperti association rule mining dan clustering, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola-pola yang mungkin sulit dipahami melalui analisis konvensional.

Penelitian ini bertujuan untuk: Mengidentifikasi faktor-faktor psikologis yang signifikan dalam pengambilan keputusan konsumen. Menganalisis hubungan kompleks antara faktor-faktor psikologis tersebut. Menggunakan hasil analisis untuk memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang lebih terarah. Literatur mengenai perilaku konsumen dan data mining akan menjadi landasan teoretis penelitian ini. Kajian psikologi konsumen memberikan pemahaman mendalam tentang faktor-faktor psikologis yang mungkin memengaruhi keputusan konsumen. Sementara itu, penelitian-penelitian terdahulu yang menggunakan pendekatan data mining, terutama dengan RapidMiner, akan menjadi referensi penting untuk metodologi yang digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui survei online atau wawancara terstruktur. Data yang terkumpul akan diolah menggunakan RapidMiner untuk mengidentifikasi pola-pola yang relevan. Analisis statistik juga akan digunakan untuk mengukur tingkat signifikansi dari faktor-faktor psikologis yang diidentifikasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam dua aspek utama. Pertama, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor psikologis yang memengaruhi keputusan konsumen. Kedua, menyajikan pendekatan inovatif dengan menggabungkan kajian psikologi konsumen dan teknologi data mining untuk mengoptimalkan strategi pemasaran.

METODE

Data akan dikumpulkan melalui survei online atau wawancara terstruktur. Kuesioner akan dikembangkan dengan pertanyaan yang terfokus pada aspek-aspek psikologis yang dianggap berpengaruh pada keputusan konsumen, seperti persepsi merek, sikap terhadap produk, dan motivasi pembelian. Langkah awal melibatkan persiapan data, termasuk pembersihan dan transformasi data untuk memastikan kualitas dan konsistensi. Kemudian,

analisis eksploratif data akan dilakukan untuk mengidentifikasi pola-pola awal. Algoritma data mining di RapidMiner, seperti decision trees atau association rules, akan diterapkan untuk menggali wawasan lebih mendalam. Pohon keputusan (decision tree) merupakan alat analisis yang efektif dalam mengidentifikasi hubungan kompleks antara variabel-variabel dalam suatu dataset. Dalam konteks penelitian ini, pohon keputusan akan digunakan sebagai metode utama untuk menganalisis faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan konsumen, dengan memanfaatkan pendekatan data mining menggunakan RapidMiner. Proses konstruksi pohon keputusan dimulai dengan pemilihan variabel target (mis. keputusan pembelian) dan variabel prediktor (faktor-faktor psikologis). Algoritma pohon keputusan dalam RapidMiner akan digunakan untuk membagi dataset berdasarkan variabel-variabel tersebut. Hasil dari pohon keputusan akan diinterpretasikan untuk mengidentifikasi cabang-cabang yang paling signifikan dalam pengambilan keputusan konsumen. Setiap cabang mewakili kondisi atau faktor psikologis tertentu yang berpengaruh pada keputusan pembelian.

HASIL

- a) Analisis Keputusan Konsumen: Penerapan Data Mining dengan RapidMiner pada Aspek Psikologis
- b) Ruang Lingkup Perilaku Pembelian: Analisis Pohon Keputusan RapidMiner terhadap Faktor-Faktor Psikologis dalam Keputusan Konsumen
- c) Pemahaman Psikologi Konsumen: Aplikasi Decision Tree dengan RapidMiner pada Data Survei Online dan Wawancara Terstruktur
- d) Eksplorasi Pikiran Konsumen: Pohon Keputusan RapidMiner dalam Mengungkap Faktor Psikologis dalam Keputusan Pembelian
- e) Membedah Pola Keputusan Konsumen: Pendekatan RapidMiner dengan Decision Tree pada Persepsi Merek, Sikap Produk, dan Motivasi Pembelian
- f) Penambahan Informasi Psikologi Konsumen: Model Pohon Keputusan RapidMiner pada Data Survei dan Wawancara untuk Pengambilan Keputusan yang Komprehensif
- g) Pemetaan Pikiran Konsumen: Pohon Keputusan RapidMiner Mengungkap Pengaruh Psikologis terhadap Pilihan Pembelian
- h) Faktor-Faktor Psikologis dalam Keputusan Pembelian: Analisis Pohon Keputusan RapidMiner pada Data Survei Online dan Wawancara Terstruktur
- i) Mengungkap Rahasia Pilihan Konsumen: Pohon Keputusan RapidMiner

Menyinari Pengaruh Faktor Psikologis pada Pembelian

- j) Analisis Jalur Keputusan Konsumen: Pemodelan Pohon Keputusan RapidMiner untuk Pemahaman Komprehensif Faktor Psikologis

KESIMPULAN

Kesimpulan dari data di atas adalah bahwa penelitian ini bertujuan untuk mendalami analisis faktor-faktor psikologis yang memengaruhi keputusan konsumen dengan memanfaatkan pendekatan data mining, khususnya menggunakan RapidMiner. Keputusan konsumen dianggap sebagai proses kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk aspek psikologis seperti persepsi merek, sikap terhadap produk, dan motivasi pembelian. Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang ketat, pemahaman yang lebih baik terhadap perilaku konsumen menjadi krusial bagi perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam melalui analisis faktor-faktor psikologis menggunakan teknologi data mining, khususnya RapidMiner. Alat ini dapat mengidentifikasi pola-pola kompleks dan hubungan non-linear dalam dataset besar, yang mungkin sulit dipahami melalui analisis konvensional. Penelitian ini memiliki tujuan utama yaitu mengidentifikasi faktor-faktor psikologis yang signifikan dalam pengambilan keputusan konsumen, menganalisis hubungan kompleks antara faktor-faktor tersebut, dan memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang lebih terarah. Dengan menggabungkan literatur tentang perilaku konsumen, kajian psikologi konsumen, dan teknologi data mining, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen. Metode penelitian yang digunakan melibatkan pengumpulan data melalui survei online atau wawancara terstruktur, dengan pengembangan kuesioner yang terfokus pada aspek-aspek psikologis. Proses analisis data melibatkan pembersihan dan transformasi data untuk memastikan kualitas dan konsistensi, kemudian diterapkan algoritma data mining, seperti decision trees, dalam RapidMiner untuk menggali wawasan lebih mendalam. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor psikologis dalam keputusan konsumen dan dapat menjadi dasar bagi perusahaan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran mereka.

DAFTAR REFERENSI

Adisusilo, S. (2009). Psikologi Sastra: Sebuah Pengantar. Grasindo.

Chaer, A. (2011). Psikolinguistik: Kajian Teoretis. PT Rineka Cipta

Hastie, T., Tibshirani, R., & Friedman, J. (2009). The Elements of Statistical Learning: Data Mining, Inference, and Prediction. Springer.

Tilaar, H. A. R. (1999). Sastra sebagai Sarana Pendidikan dan Humaniora. Grasindo.

Suryadinata, D. (2007). Psikolinguistik dan Psikosemiotika: Pengantar Memahami Kajian Bahasa Manusia. Pustaka Pelajar.