

Imer Behavior

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
28 MAY 2007
3285/EM/H0.5/2007
R.f 608.8342/EMM/05

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Program Studi Manajemen

**ANALISA PERBEDAAN GENDER DAN STRATEGI
PENCARIAN INFORMASI HADIAH ULANG TAHUN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

Emma Diah Nindita

NPM : 01 03 13075

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

JULI, 2005

SKRIPSI

**ANALISA PERBEDAAN GENDER DAN STRATEGI
PENCARIAN INFORMASI HADIAH ULANG TAHUN**


Disusun Oleh :

Emma Diah Nindita

NPM. 01 03 13075

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama


(Budi Suprpto, Ph.D)

16 Juni 2005

SKRIPSI

**ANALISA PERBEDAAN GENDER DAN STRATEGI
PENCARIAN INFORMASI HADIAH ULANG TAHUN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Emma Diah Nindita

NPM. 01 03 13075

**Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 2 Juli 2005
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Drs. C. Handoyo Wibisono, MM

Anggota Panitia Penguji



Budi Suprpto, Ph.D



Drs. Ign Sukirno, MS

Yogyakarta, 2 Juli 2005

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. H. Suwanto, MS

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

ANALISA PERBEDAAN GENDER DAN STRATEGI PENCARIAN INFORMASI HADIAH ULANG TAHUN

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruh dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 16 Juni 2005

Yang menyatakan



(Emma Diah Nindita)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah yang maha kuasa, atas berkat dan rahmatNya, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISA PERBEDAAN GENDER DAN STRATEGI Pencarian INFORMASI HADIAH ULANG TAHUN”.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini tidaklah terlepas dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan bimbingan seta dorongan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka pada pada kesempatan ini pula penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan baik moril maupun matrial kepada penulis, antara lain :

1. Bapak Budi Suprpto, Ph.D.,MBA selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, pengarahan dan saran-saran yang berguna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
2. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membimbing, mendidik penulis selama kuliah di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Segenap staf bagian pengajaran dan perpustakaan atas pelayanan dan fasilitas yang diberikan.
4. Orang tuaku yang sudah dengan sabar menghadapiku selama penulisan skripsi ini. Terimakasih atas doa dan supportnya yang selalu meyakinkan

aku untuk selalu berjuang dan berusaha. Adikku yang sudah meminjamkan kamarnya selama aku *ngetik* di rumah, *thanks 'bro...*

5. Agus, yang sudah sangat sabar membantu & meyakinkanku kalau aku mampu dan bisa. Thanx yach...
6. Sahabat-sahabatku, Chris dan Lia. Makasih ya udah dengerin curhatku. Sori aku duluan...
7. Teman-teman seangkatan : Titin, Dewi, Putri, Iren, Gerald, Anang, dan anak-anak mantan kelas H
8. Teman-teman seperjuangan (Ami, Nani, Ella, Ira, etc)...Semangat !!!
9. Ima, Adit, makasih udah ngajarin tentang ngolah data...
10. Anak-anak kost Suharti 2 : M'Sinta, M'Adek, Titin again, Wien, & Mersy yang udah dengerin curhat, selalu menghibur, nemenin, dan menghina.
11. 'Tuk anak Gonzaga Big Family Yogyakarta (GBFY) ang.2001 : Pagol, Leo, Lucie, Barbar, Agus lagi...) + Oho, Nia, Mike..Thanks banget udah nemenin hampir selama 4 tahun ini.
12. 'Tuk Nurdy dan Randy sahabat-sahabatku...makasih udah nemenin selama di Depok.
13. 'Tuk semua teman-teman yang gak bisa ditulis satu persatu, makasih atas dukungan dan doanya.
14. 'Tuk Dholpin (Komputerku), TV, dan Radio. Makasih ya udah menghibur di kala sedih & senang.

Semua pihak yang udah ngisi kuesioner tuk penelitian ini dan pihak-pihak yang sudah memberikan bantuan sehingga skripsi ini dapat selesai. Terima kasih banyak tanpa dukungan kalian mungkin skripsi ini tidak dapat terselesaikan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta ,16 Juni 2005

Penulis

(Emma Diah Nindita)

*Jika KAMU ingin menikmati apa yang sudah KAMU miliki dan rasakan,
maka selalu pandanglah ke bawah!!!*

*Namun jika KAMU akan bekerja dan berusaha untuk mencapai apa yang
KAMU cita-citakan, maka selalu pandanglah ke atas!!!*

*Dengan ijin Tuhan, pasti akan KAU rasakan kepuasan dari apa yang sudah
KAMU lakukan dan semangat untuk mencapai apa yang menjadi cita-citaMU.*

SYUKUR DAN KERJA KERAS adalah kunci dalam hidup ini.

(N.N)

Ku Persembahkan Skripsi Ini Untuk :

Kedua Orang Tua Ku dan

Adek Ku Dado

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Halaman Motto.....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Intisari.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Tinjauan Pustaka.....	4
1.3.1. Pencarian Informasi Oleh Konsumen.....	4
1.3.2. Perbedaan Gender.....	6
1.3.3. Hadiah.....	6
1.4. Pengembangan Hipotesis.....	7
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	8
1.7. Metoda Penelitian.....	9
1.7.1. Lingkup Penelitian.....	9
1.7.2. Metoda Sampling dan Pengumpulan Data.....	9

1.7.3. Definisi Operasional dan Instrumen Pengukuran.....	10
1.7.3.1. Hadiah Ulang Tahun.....	11
1.7.3.2. Perilaku Konsumen.....	11
1.7.3.3. Sumber Informasi di Dalam Toko.....	12
1.7.3.4. Karakteristik Demografi.....	12
1.8. Metode Analisis Data.....	13
1.8.1. Persentase.....	13
1.8.2. Analisis Faktor.....	13
1.8.3. Regresi Berganda.....	14
1.8.4. Independent T-test.....	15
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	17
2.2. Proses Keputusan Pembelian.....	18
2.2.1. Peranan Dalam Pembelian.....	18
2.2.2. Tahap-tahap Dalam Proses Pembelian.....	19
2.2.2.1. Pencarian Informasi.....	24
2.2.2.2. Pencarian Informasi di Dalam Toko.....	25
2.3. Gender.....	26
2.4. Hadiah.....	28
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat Penelitian.....	32
3.2. Metoda Sampling dan Pengumpulan Data.....	32
3.3. Metoda Pengukuran Data.....	33
3.4. Metoda Analisis Data.....	34

3.4.1. Persentase.....	34
3.4.2. Analisis Faktor.....	34
3.4.3. Regresi Berganda.....	37
3.4.4. Independent T-test.....	37

BAB IV. ANALISIS DATA

4.1. Persentase.....	40
4.1.1. Persentase Responden Menurut Jenis Kelamin.....	41
4.1.2. Persentase Responden Menurut Usia.....	42
4.1.3. Persentase Responden Menurut Status.....	43
4.1.4. Persentase Responden Menurut Tingkat Pendapatan.....	44
4.1.5. Persentase Responden Menurut Waktu Pembelian Hadiah Ulang Tahun.....	45
4.1.6. Persentase Responden Menurut Penerima Hadiah Ulang Tahun.....	46
4.1.7. Persentase Responden Menurut Barang Yang Dibeli Untuk Hadiah Ulang Tahun.....	47
4.1.8. Persentase Responden Menurut Biaya Yang Dikeluarkan Untuk Pembelian Hadiah Ulang Tahun.....	48
4.2. Analisis Faktor.....	49
4.2.1. Faktor <i>Motivated Giver</i>	50
4.2.2. Faktor <i>Helpful Companion</i>	50
4.2.3. Faktor <i>General Information Search</i>	51
4.2.4. Faktor <i>Value Seeker</i>	51
4.2.5. Faktor <i>Influencer</i>	51

4.2.6. Faktor <i>Sales Clerk</i>	52
4.2.7. Faktor Availability Of Information.....	52
4.3. Regresi Berganda	
4.3.1. Regresi Berganda Pada Pria.....	53
4.3.1.1. Pengaruh Faktor <i>Motivated Giver</i> , Faktor <i>Helpful companion</i> , Faktor <i>Value Seeker</i> , Faktor <i>Influencer</i> dan Faktor <i>Availability of Information Terhadap</i> <i>General Information Search</i>	53
4.3.1.2. Pengaruh Faktor <i>Motivated Giver</i> , Faktor <i>Helpful</i> <i>Companion</i> , faktor <i>Value Seeker</i> , faktor <i>Influencer</i> Dan faktor <i>Availability Of Information Terhadap</i> <i>Sales Clerk</i>	56
4.3.2. Regresi Berganda Pada Wanita	
4.3.2.1. Pengaruh Faktor <i>Motivated Giver</i> , Faktor <i>Helpful companion</i> , Faktor <i>Value Seeker</i> , Faktor <i>Influencer</i> dan Faktor <i>Availability of Information Terhadap</i> <i>General Information Search</i>	58
4.3.2.2. Pengaruh Faktor <i>Motivated Giver</i> , Faktor <i>Helpful</i> <i>Companion</i> , faktor <i>Value Seeker</i> , faktor <i>Influencer</i> Dan faktor <i>Availability Of Information Terhadap</i> <i>Sales Clerk</i>	60
4.4. Independent T-test.....	63
4.4.1. Analisis Perbedaan Gender Terhadap <i>Motivated Giver</i>	66
4.4.2. Analisis Perbedaan Gendar Terhadap <i>Helpful</i> <i>Companion</i>	66

4.4.3. Analisis Perbedaan Gender Terhadap <i>General Information Search</i>	66
4.4.4. Analisis Perbedaan Gender Terhadap <i>Value Seeker</i>	67
4.4.5. Analisis Perbedaan Gender Terhadap Sikap <i>Influencer</i>	67
4.4.6. Analisis Perbedaan Gender Terhadap <i>Sales Clerk</i>	68
4.4.7. Analisis Perbedaan Gender Terhadap <i>Availability Of Information</i>	69
BAB V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	
5.1. Kesimpulan.....	70
5.2. Saran.....	71
5.3. Kelemahan.....	72
Daftar Pustaka	
Lampiran	

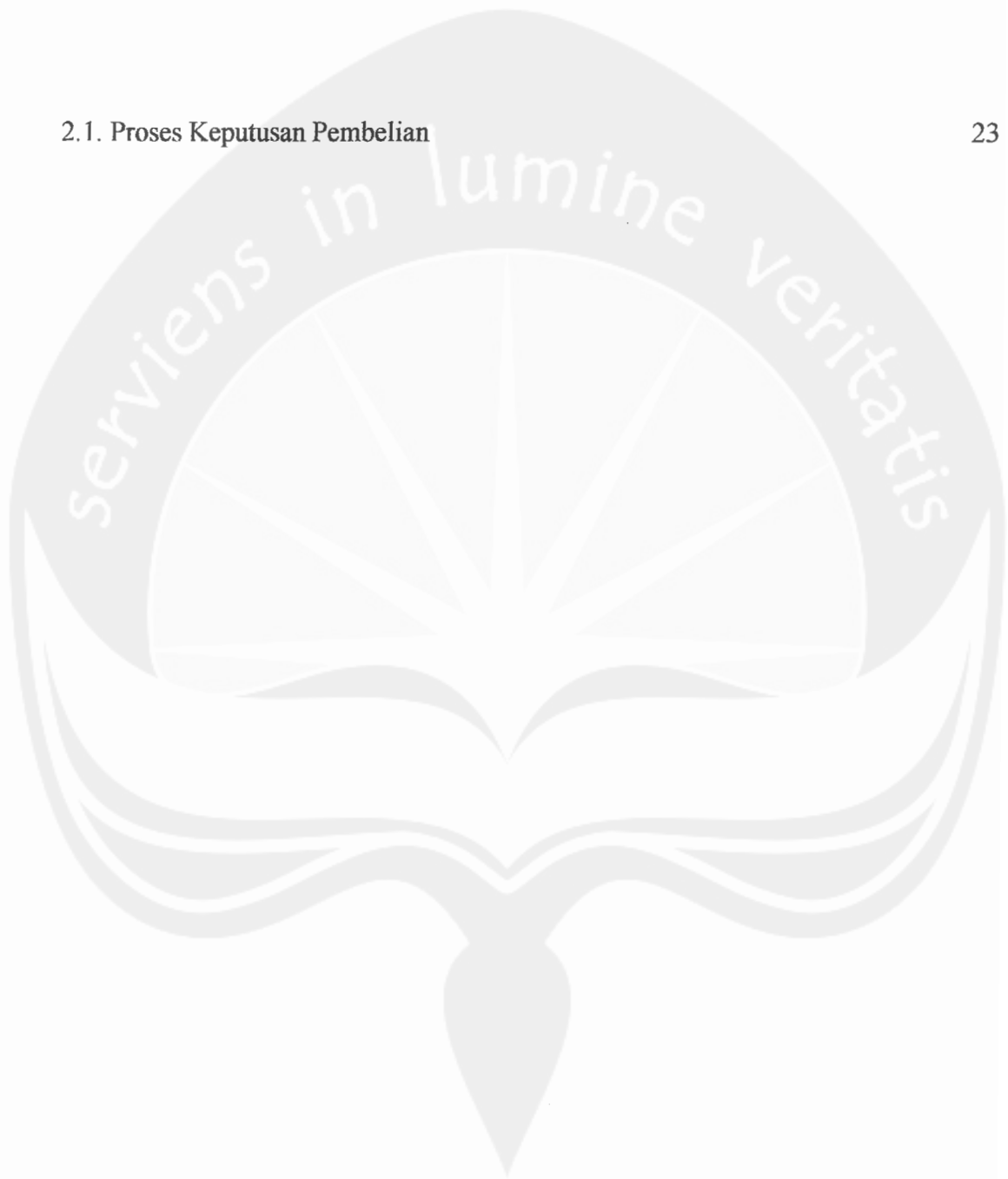
DAFTAR TABEL

2.1. <i>Gift Giving And Relationships</i>	30
4.1. Responden Menurut Jenis Kelamin	39
4.2. Responden Menurut Usia	40
4.3. Responden Menurut Status	41
4.4. Responden Menurut Tingkat Pendapatan	42
4.5. Responden Menurut Waktu Pembelian Hadiah Ulang Tahun	43
4.6. Responden Menurut Penerima Hadiah Ulang Tahun	44
4.7. Responden Menurut Barang yang Dibeli Responden Untuk Hadiah Ulang Tahun	45
4.8. Responden Menurut Biaya yang dikeluarkan Untuk Pembelian Hadiah Ulang Tahun	46
4.9. Analisis Perbedaan Gender Dengan Faktor-faktor yang mempengaruhi Pencarian Informasi	65

DAFTAR GAMBAR

2.1. Proses Keputusan Pembelian

23



ANALISA PENGARUH PERBEDAAN GENDER DAN STRATEGI PENCARIAN INFORMASI HADIAH ULANG TAHUN

Disusun Oleh :

Emma Diah Nindita

NPM : 01 03 13075

Pembimbing

Budi Suprpto, Ph.D

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara faktor karakteristik personal dan variabel situasi dengan faktor sumber informasi di dalam toko pada pria dan wanita serta untuk mengetahui perbedaan jenis kelamin dalam memperoleh informasi untuk hadiah Ulang Tahun berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi pencarian informasi. Faktor – faktor tersebut merupakan hasil dari analisis faktor yang terdiri dari tujuh faktor, yaitu faktor *motivated giver*, faktor *helpful companion*, faktor *general information search*, faktor *value seeker*, faktor *influencer*, faktor *sales clerk*, dan faktor *availability of information*. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner untuk memperoleh data, kuesioner yang terkumpul dari responden sebanyak 121. Dari data yang diperoleh tersebut kemudian diolah dengan menggunakan SPSS 11.0, dengan metode analisis faktor, persentase, regresi berganda, dan independent T-test. Dari hasil analisis faktor tersebut menghasilkan tujuh faktor yang digunakan untuk pengolahan data berikutnya dengan menggunakan regresi berganda dan T-test. Dengan regresi berganda pada pria dan wanita diperoleh *general information search* berpengaruh secara signifikan pada faktor *motivated giver*. Sedangkan pada sales clerk tidak berpengaruh secara signifikan pada kelima variabel independennya. Hasil analisis dengan menggunakan t-test dapat ditarik kesimpulan bahwa dari tujuh faktor tersebut terdapat tiga faktor yang menunjukkan adanya perbedaan antara pria dan wanita, yaitu faktor *motivated giver*, faktor *helpful companion*, dan faktor *value seeker*. Maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan berbelanja serta mencari informasi di dalam toko masih di dominasi oleh kaum wanita.

Kata kunci : Gender, Pencarian Informasi, Perilaku Konsumen, Hadiah Ulang Tahun