

TESIS

**STUDI PERILAKU *GIFT-GIVING* PADA MAHASISWA
DAN KARYAWAN**



RR BAYU KRISNA MAHARANI
No. Mhs. : 145002274/PS/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2017



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : RR BAYU KRISNA MAHARANI
Nomor Mahasiswa : 14 500 2274 / PS / MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Studi Perilaku *Gift-Giving* Pada Mahasiswa dan Karyawan

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
Prof. Dr. Shellyana Junaedi, SE., M.Si	21 Jan 2017	
Budi Suprpto, MBA., Ph.D	23/01/2017	
Dr. J. Ellyawati, MM.	25 Jan 2017	



Ketua Program Studi

Mahestu Noviantra Krisjanti, M.Sc. IB, Ph.D



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : RR BAYU KRISNA MAHARANI
Nomor Mahasiswa : 14 500 2274 / PS / MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Studi Perilaku *Gift-Giving* Pada Mahasiswa dan Karyawan

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

Prof. Dr. Shellyana Junaedi, SE., MSi

21 Jan 2017

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa tesis saya yang berjudul:

STUDI PERILAKU *GIFT-GIVING* PADA KARYAWAN DAN MAHASISWA

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

Yogyakarta, 24 Januari 2017

Yang menyatakan

Rr Bayu Krisna Maharani

MOTTO

I can do all things through Christ who strengthens me

~Philippians 4:13~

*The fear of the Lord is the beginning of knowledge, but fools despise wisdom
and instruction*

~Proverbs 1:7~

*You must give everything to make your life as beautiful as the dreams that dance
in your imagination*

~Roman Payne~

If you believe very strongly in something, stand up and fight for it

~Roy T Bennet~

*Don't worry about being successful but work toward being significant and the
success will naturally follow*

~Oprah Winfrey~

PERSEMBAHAN

Lembaran kertas putih bercampurkan tinta hitam ini kupersembahkan untuk,

- ♥ **Allah Bapa** di surga, yang senantiasa melimpahkan berkat dan kasih karunia kepadaku.
- ♥ **Bapak R Sumulyo dan Ibu Siwi Maryati**, kedua orangtuaku yang selalu menjadi teladan dan mengajarku tentang arti ketabahan, kesabaran, keikhlasan dan perjuangan dalam hidup dan mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang.
- ♥ **R Warih Kristiyanto Putro dan Triana Ambarwati**, kedua kakakku yang senantiasa memberikam dukungan dan motivasi dalam penyelesaian tesis ini.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat karunia dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini dengan baik dan lancar dari awal hingga akhir.

Penulisan tesis ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Magister Manajemen (S2) pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Judul yang penulis ajukan adalah “STUDI PERILAKU *GIFT-GIVING* PADA MAHASISWA DAN KARYAWAN”.

Dalam penyusunan dan penulisan tesis ini tidak terlepas dari berbagai bantuan, bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segenap karunia dan penyertaan-Nya hingga saat ini.
2. Ibu Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing dalam penyelesaian tesis ini yang telah memberikan bantuan, petunjuk dan arahnya dalam penyusunan tesis ini, serta menjadi sosok yang menjadi inspirasi bagi penulis.
3. Ibu Mahestu Noviandra Krisjanti, M.Sc. IB, Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan selama penulis menempuh studi.

4. Bapak Budi Suprpto, MBA., Ph.D dan Ibu Dr. J. Ellyawati, M.M. selaku dosen penguji.
5. Seluruh dosen, staf dan student staf Program Studi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, terimakasih atas ilmu dan bimbingannya yang telah diberikan bagi penulis.
6. Segenap responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
7. Kedua orang tua penulis, Bapak R. Sumulyo dan Ibu Siwi Maryati yang telah membesarkan dan mendidik penulis. Terimakasih atas segala cinta, dukungan dan doa yang senantiasa menguatkan penulis.
8. Mas Warih dan Mbak Anna yang tidak pernah lupa untuk selalu memotivasi penulis baik dalam penyusunan tesis maupun dalam kehidupan pribadi penulis, juga kepada Aleena, Melody dan Evelyn yang selalu dapat menghibur penulis.
9. Sahabat kampus (terkhusus Fajar dan Dedas, Romo Surawan, Regi, Dian, Hehen - Mita), sahabat gila (Mbak Sukma, Kak Rini dan Catur), sahabat di kantor tapi seperti saudara (Pak Budi dan Ko Dimas), seluruh teman-teman MM UAJY angkatan Januari 2015 terimakasih atas cinta, dukungan dan kepedulian pada penulis, serta teman-teman semua yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah banyak memberikan dukungan kepada penulis selama ini. Kiranya selalu mendapatkan limpahan berkat serta kasih karunia dari Tuhan Yang Maha Esa.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna dan segala kritik maupun saran yang ada dapat diterima dengan senang hati demi perbaikan penelitian serupa yang akan datang. Semoga tesis ini mampu memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya dan bagi semua orang yang membacanya.

Yogyakarta, 25 Januari 2017

Rr Bayu Krisna Maharani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
INTISARI	xviii
ABSTRACT	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6

1.5	Sistematika Penulisan	7
-----	-----------------------------	---

BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN

	HIPOTESIS	9
2.1	Pemberian Hadiah	9
2.2	Karakteristik Pribadi	10
2.3	Pengelolaan Kesan	11
2.4	Motif untuk Terlibat dalam Pengelolaan Kesan	13
2.5	Taktik Pengelolaan Kesan	14
2.6	Kerangka Berpikir	16
2.7	Penelitian Terdahulu	17
2.8	Pengembangan Hipotesis	19
2.8.1	Pengaruh Karakteristik Pribadi	19
2.8.2	Kegunaan Taktik Pengelolaan Kesan	21
2.8.3	Perbedaan Karakteristik Pribadi, Motif Pemberian Hadiah dan Taktik Pengelolaan Kesan Ditinjau dari Karakteristik Pekerjaan	23
2.8.4	Perbedaan Karakteristik Pribadi, Motif Pemberian Hadiah dan Taktik Pengelolaan Kesan Ditinjau dari Karakteristik Gender	24
2.8.5	Perbedaan Karakteristik Pribadi, Motif Pemberian Hadiah dan Taktik Pengelolaan Kesan Ditinjau dari Karakteristik Tingkat Pengeluaran Rata-Rata per Bulan	24
2.8.6	Kerangka Penelitian Hipotesis	25

BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Lingkup Penelitian	26
3.2 Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data	26
3.2.1 Sampel dan Metode Sampling	26
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	27
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.4 Pengujian Instrumen Penelitian	32
3.4.1 Uji Validitas	32
3.4.2 Uji Reliabilitas	33
3.5 Metode Analisis Data	33
3.5.1 Regresi Linier Berganda	34
3.5.2 <i>One Way</i> ANOVA	37
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA	38
4.1 Pengujian Instrumen	38
4.1.1 Uji Validitas.....	39
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	42
4.2 Profil Responden	43
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.3.1 Pengujian Pengaruh Karakteristik Pribadi terhadap Motif Pengembangan Identitas yang Diinginkan	55
4.3.2 Pengujian Pengaruh Karakteristik Pribadi terhadap Motif Keinginan untuk Menghindari resiko yang tidak diinginkan	58

4.3.3	Pengujian Pengaruh Karakteristik Pribadi terhadap Motif Keinginan untuk Memperoleh Sumber Daya Berharga dari Orang Lain	61
4.3.4	Pengujian Pengaruh Motif <i>Gift-Giving</i> terhadap Taktik Meningkatkan Kesamaan yang Dirasakan	64
4.3.5	Pengujian Pengaruh Motif <i>Gift-Giving</i> terhadap Taktik <i>Target-Enhancement</i>	67
4.4	<i>One Way</i> ANOVA	70
4.5	Hasil Analisis pada Model Penelitian	76
BAB V PENUTUP		78
5.1	Kesimpulan	78
5.2	Implikasi Manajerial	80
5.3	Keterbatasan Penelitian	83
DAFTAR PUSTAKA		85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir <i>Gift-Giving</i>	16
Gambar 2.2	Kerangka Penelitian Hipotesis	25
Gambar 4.1	Bentuk Hadiah (Mahasiswa)	49
Gambar 4.2	Bentuk Hadiah (Karyawan)	49
Gambar 4.3	Situasi <i>Gift-Giving</i> (Mahasiswa)	51
Gambar 4.4	Situasi <i>Gift-Giving</i> (Karyawan)	51
Gambar 4.5	Tempat Pembelian Hadiah (Mahasiswa)	53
Gambar 4.6	Tempat Pembelian Hadiah (Karyawan)	53
Gambar 4.7	Hasil Signifikasi Penelitian.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya.....	17
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.3	Klasifikasi Pekerjaan Responden	44
Tabel 4.4	Klasifikasi Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 4.5	Klasifikasi Usia Responden.....	45
Tabel 4.6	Frekuensi Terakhir Memberikan Hadiah.....	46
Tabel 4.7	Klasifikasi Pengeluaran Rata-Rata Per Bulan.....	47
Tabel 4.8	Klasifikasi <i>Budget</i> Dalam Membeli Hadiah.....	48
Tabel 4.9	Hasil Regresi Linear Berganda Pengaruh Karakteristik Pribadi terhadap Motif Pengembangan Identitas yang Diinginkan	55
Tabel 4.10	Hasil Regresi Linear Berganda Pengaruh Karakteristik Pribadi terhadap Motif Keinginan untuk Menghindari Resiko yang Tidak Diinginkan	58
Tabel 4.11	Hasil Regresi Linear Berganda Pengaruh Karakteristik Pribadi terhadap Motif Keinginan untuk Memperoleh Sumber Daya Berharga dari Orang Lain	61

Tabel 4.12	Hasil Regresi Linear Berganda Pengaruh Motif <i>Gift-Giving</i> terhadap Taktik Meningkatkan Kesamaan yang Dirasakan	64
Tabel 4.13	Hasil Regresi Linear Berganda Pengaruh Motif <i>Gift-Giving</i> terhadap Taktik <i>Target-Enhancement</i>	67
Tabel 4.14	<i>One Way</i> ANOVA Berdasarkan Karakteristik Pekerjaan	71
Tabel 4.15	<i>One Way</i> ANOVA Berdasarkan Karakteristik Gender.....	72
Tabel 4.16	<i>One Way</i> ANOVA Berdasarkan Karakteristik Rata-Rata Pengeluaran Per Bulan.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	KUESIONER.....	88
LAMPIRAN 2	DATA RESPONDEN (Karakteristik Responden dan Tanggapan)	109
LAMPIRAN 3	HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS (Responden Mahasiswa).....	132
LAMPIRAN 4	HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS (Responden Karyawan)	144
LAMPIRAN 5	HASIL UJI REGRESI BERGANDA.....	156
LAMPIRAN 6	HASIL UJI BEDA.....	161
LAMPIRAN 7	JURNAL ACUAN	167

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh karakteristik pribadi terhadap motif *gift-giving*, pengaruh motif *gift-giving* terhadap taktik kesamaan yang dirasakan dan pengaruh motif *gift-giving* terhadap taktik *target-enhancement*.

Pada penelitian ini diperoleh responden sebanyak 205 yang terbagi menjadi 102 responden mahasiswa dan 103 responden karyawan dan seluruhnya memenuhi kriteria. Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh responden pernah melakukan pemberian hadiah dalam kurun waktu satu tahun terakhir.

Hasil penelitian adalah kesadaran diri publik dan pemantauan diri tidak berpengaruh terhadap pengembangan identitas yang diinginkan, namun harga diri berpengaruh secara signifikan. Hasil kedua menyatakan bahwa keinginan untuk menghindari resiko yang tidak diinginkan secara simultan dipengaruhi oleh karakteristik pribadi secara signifikan, begitu pula secara parsial. Hasil ketiga diketahui bahwa kesadaran diri publik dan pemantauan diri tidak dapat mempengaruhi keinginan *gift-giver* untuk memperoleh sumber daya berharga dari orang lain, namun harga diri berpengaruh signifikan. Hasil keempat tampak bahwa hanya motif keinginan untuk memperoleh sumber daya berharga dari penerima hadiah yang mampu mempengaruhi taktik kesamaan yang dirasakan. Hasil kelima menyatakan bahwa taktik *target-enhancement* dipengaruhi oleh motif pengembangan identitas yang diinginkan dan keinginan untuk menghindari resiko yang tidak diinginkan.

Kata kunci : pengelolaan kesan, *gift-giving*, karakteristik pribadi, kesadaran diri publik, pemantauan diri, harga diri

ABSTRACT

This study was conducted to determine personal characteristics effect on the motives of gift-giving, gift-giving motives effect on the perceived similarity tactics and motives of gift-giving effect on target-enhancement tactics.

In this study, the respondents as many as 205, consist of 102 students and 103 employees. All respondents are fully meet the criteria, which is had been doing gift giving within the past year.

The result of the research is a public self-consciousness and self-monitoring does not affect the development of desired identities, self-esteem but significant. The second result is the desire to avoid the unwanted risk simultaneously influenced by personal characteristics significantly, so did partially. The third result is known that public self-consciousness and self-monitoring can not affect the desire to obtain valuable resources from others, but significant effect of self-esteem. The fourth result appears that only a motives of desire to obtain valuable resources from the receiver of the gift can affect the perceived similarity tactics. The fifth result states that target-enhancement tactics influenced by the development of desired identity motives and the desire to avoid the unwanted risk motives.

Keywords : impression management, gift-giving, personality characteristics, public self-consciousness, self-monitoring, self-esteem