

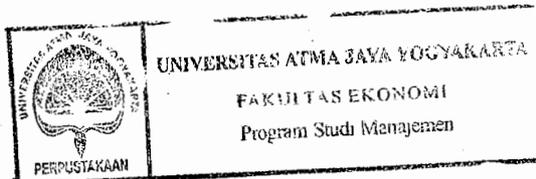
consumer behavior

PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

28 MAY 2007

3305/EM/Hd.5/2007

Rf 658.8342 Ell 06



**ANALISIS PENGARUH UNTUK MEMILIKI  
PENGALAMAN *HEDONIC* TERHADAP PEMBELIAN  
*IMPULSIVE***

**(Studi pembelian konsumen pada produk pakaian remaja putri di kota  
Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh :**

**FRANSISCA ELLISA. K**

**NPM : 01 03 13039**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
MARET, 2006**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH UNTUK MEMILIKI  
PENGALAMAN *HEDONIC* TERHADAP  
PEMBELIAN *IMPULSIVE***

**(Studi pembelian konsumen pada produk pakaian remaja putri di kota  
Yogyakarta)**

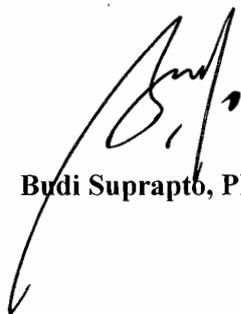
Disusun oleh :

**FRANSISCA ELLISA. K**

NPM : 01 03 13039

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Budi Suprpto, Ph.D.

Tanggal 16 Februari 2006

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH UNTUK MEMILIKI PENGALAMAN *HEDONIC*  
TERHADAP PEMBELIAN *IMPULSIVE***

**(Studi pembelian konsumen pada produk pakaian remaja putri di kota  
Yogyakarta)**

Disusun oleh :

**FRANSISCA ELLISA. K**

NPM : 01 03 13039

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 10 Maret 2006  
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**

**Anggota Panitia Penguji**

  
P. Didit Krisnadewara, Drs., MM.

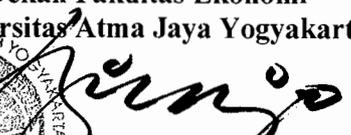
  
C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA.

  
Badi Suprpto, Ph.D.

Yogyakarta, 10 Maret 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

  
R. Maryatmo, Dr., MA.



## **PERNYATAAN**

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

**ANALISIS PENGARUH UNTUK MEMILIKI PENGALAMAN**

***HEDONIC TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIVE***

**(Studi pembelian konsumen pada produk pakaian remaja putri di kota Yogyakarta)**

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

Yogyakarta, Maret 2006

Yang menyatakan



Fransisca Ellisa.K

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur dan terima kasih atas segala berkat dan karunia Tuhan Yesus Kristus, serta penyertaan Bunda Maria, yang tidak berkesudahan dari awal hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dalam proses pembuatan serta penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa kemampuan dan pengetahuan penulis masih sangat terbatas, sehingga memerlukan bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Penulis menyadari betapa berartinya berbagai dukungan serta bantuan tersebut, karena “tidak ada manusia yang dapat hidup sendiri.” Termasuk penulis, yang menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan orang lain, skripsi ini mungkin tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Budi Suprpto, yang telah membimbing penulis dari awal hingga akhirnya skripsi ini dapat selesai dengan baik.
2. Staff dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan.
3. Mama, Papa, Astrid, juga adek Vanya, yang telah memberikan rasa cinta dan sayang dalam sebuah keluarga utuh yang begitu sempurna bagi penulis. Terima kasih atas dukungan, doa, kepercayaan, dan harapan yang tiada henti untuk penulis, karena kalianlah penulis selalu belajar dan berusaha agar dapat menjadi orang yang berhasil.
4. Special buat *Mama di Surga*, makasih atas doa,cinta, serta harapan yang tiada putus dan hentinya untuk penulis. Everything I do, I do it for U Mom!Coz, I Just want to make u proud and smile in heaven. Luv U Much, My Lovely Mommy!!
5. Keluarga besar *J.Kusman Brotosudiro*, atas segala dorongan semangat, doa, cinta, serta kebersamaan, yang membuat penulis lebih kuat dalam menghadapi saat-saat tersulit dalam hidup ini. Eyang, PakDe, BuDe, Om, dan Tante semuanya, Mas Miko “KokoKu” yang sudah berbaik hati dan sangat membantu dalam pembuatan skripsi ini, Benny “calon adekku”,juga Tante Tiwi atas dorongan semangatnya.
6. Made Wijaya, “cowokku,” temanku, sahabatku, kakakku, juga musuhku kalo lagi galak dan jutek abis!. Makasih atas kesediaannya menemani dan

mendampingi penulis saat kuliah, KKN dan skripsi. Kebersamaan kita benar-benar memberi arti dan warna dalam hidupku.

7. Rhininta Ardilla, “cewekku”, sahabatku, teman seperjuanganku,teman mainku, yang terbaik, termanis, terlucu, ter Oneng, tapi juga temanku tersayang, makasih atas dorongan semangat dan juga atas semua bantuannya. Semoga cita-cita dan impian kita berdua bisa tercapai, and I hope we could be Best friend FOREVER!!
8. NewQu Company: Vika “Ciciku dan sahabatku”, Esti, Wati, Anazz, juga Nana (ex NewQu). Makasih telah menemani saat penulis benar-benar pusing dan capek menghadapi skripsi. Hidup NewQu!!
9. Anak-anak kost putri Asem Bagus, baik yang masih menetap atau yang sudah pindah. Mba Ajeng, mba Andri, Mba Inez, Mba Novi, Monic, Indri, Eva, Henny, dan anak kost semuanya, juga Bapak dan Ibu Mardi. Makasih telah menemani dan menjadi bagian dari penulis selama 4 tahun lebih di Jogja.
10. Temen-temen angkatan '99: Oddie, mba Intan, Kimpul, juga Benny & Yoga yang masih cinta Atma. Makasih atas bantuannya, baik yang disadari atau tidak.
11. H 8799 AZ, “my Lovely Red Car” biarpun sering rusak dan tidak terawat dengan baik karena kecerobohan penulis. Makasih telah membantu, menemani dan melewati saat-saat kuliah, KKN juga saat maen-maen, saat panas dan hujan.
12. Mio Kuningku yang lucu dan imut-imut, makasih telah menemani dan mendampingi di saat-saat terakhir masa kuliah dan saat masa skripsiku di Atma Jaya Yogyakarta.
13. Terima kasih atas bantuan semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Hormat Saya,

Fransisca Ellisa K

*HALAMAN PERSEMBAHAN*



*Skripsi ini kupersembahkan untuk:*

*Wanita terindah, terhebat, terkuat, dan tercinta, dalam hidupku*

*Mama Elisabeth Sri Yuniarti*

*Semoga Mama bahagia dan tersenyum di Surga*

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing .....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iii
Halaman Pernyataan .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Halaman Motto dan Persembahan .....	vii
Daftar Isi .....	viii
Daftar Gambar .....	x
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Lampiran .....	xii
Intisari .....	xiii
BAB I Pendahuluan .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.5. Hipotesis .....	7
1.6. Sistematika Penulisan .....	7
BAB II Landasan Teori .....	9
2.1. Proses Pembelian Konsumen .....	9
2.1.1. Tahap-Tahap Dalam Proses Pengambilan Keputusan untuk Membeli .....	9
2.1.2. Jenis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	11
2.2. Pembelian <i>Impulsif</i> .....	14
2.3. Motivasi Perilaku Manusia.....	16
2.4. Motivasi Untuk Memiliki Pengalaman Hedonik .....	17
2.5. Konsumen Remaja Putri .....	18

BAB II Metode Penelitian .....	21
3.1. Bentuk dan Lokasi Penelitian .....	21
3.2. Populasi dan Metode Penentuan Sampel .....	21
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	22
3.3.1. Data Primer .....	22
3.3.2. Data Sekunder .....	23
3.4. Metode Pengukuran Data .....	23
3.5. Teknik Pengujian Instrumen .....	24
3.5.1. Uji Validitas .....	24
3.5.2. Uji Reliabilitas .....	24
3.6. Analisis Data .....	25
3.6.1. Analisis Persentase .....	25
3.6.2. <i>One Sample T-test</i> .....	26
3.6.3. Analisis Regresi .....	27
 BAB IV Analisis Data .....	 30
4.1. Penjelasan Penelitian .....	30
4.2. Pengujian Instrumen .....	31
4.3. Analisis Data.....	33
4.3.1. Analisis Peresentase Karakteristik Domografi Responden .....	33
4.3.2. Analisis Tingkat Motivasi Untuk Memiliki Pengalaman <i>Hedonic</i> Dan Pembelian <i>Impulsive</i> .....	36
4.3.3. Pengaruh Pengalaman <i>Hedonic</i> Terhadap Pembelian <i>Impulsive</i> .....	37
 BAB V Kesimpulan Dan Saran .....	 40
5.1. Kesimpulan .....	40
5.2. Implikasi Manajerial .....	41
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	42
 Daftar Pustaka .....	 43

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Tahap-Tahap Dalam Proses Pembelajaran .....13



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1	Uji Validitas..... 31
Tabel 4.2	Uji Reliabilitas..... 32
Tabel 4.3	Persentase Responden Berdasarkan Usia..... 33
Tabel 4.4	Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 34
Tabel 4.5	Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku..... 34
Tabel 4.6	Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja..... 35
Tabel 4.7	Tingkat Motivasi untuk Memiliki Pengalaman <i>Hedonic</i> dan Pembelian <i>Impulsif</i> Remaja Putri Dalam Membeli Produk Pakaian..... 36
Tabel 4.8	Pengaruh Pengalaman <i>Hedonic</i> Terhadap Pembelian <i>Impulsif</i> ..... 38

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuisisioner
Lampiran	II	Validitas dan Reliabilitas
Lampiran	III	Analisis Persentase
Lampiran	IV	Analisis <i>One Sample T-test</i>
Lampiran	V	Analisis Regresi
Lampiran	VI	Data Jawaban Responden
Lampiran	VII	Tabel R dan T

# **ANALISIS PENGARUH UNTUK MEMILIKI PENGALAMAN**

## ***HEDONIC TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIVE***

**(Studi pembelian konsumen pada produk pakaian remaja putri di  
kota Yogyakarta)**

**Disusun oleh:**

**FRANSISCA ELLISA. K**

**NPM: 01 03 13039**

**Pembimbing**

**Budi Suprpto, Phd.**

**Intisari**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi untuk memiliki pengalaman *hedonic* terhadap pembelian *impulsif*. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa remaja putri di kota Yogyakarta memiliki motif dan perilaku pembelian *impulsif* yang cukup tinggi. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa keinginan memiliki pengalaman *hedonik* mempunyai pengaruh sebesar 30,1% terhadap perilaku pembelian *impulsif*.

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagi pihak pemasar maupun konsumen terutama mengenai pengaruh kesenangan remaja dalam keputusan pembelian produk pakaian.

**Kata kunci:** pengalaman *hedonic* dan pembelian *impulsif*