



consumer behavior

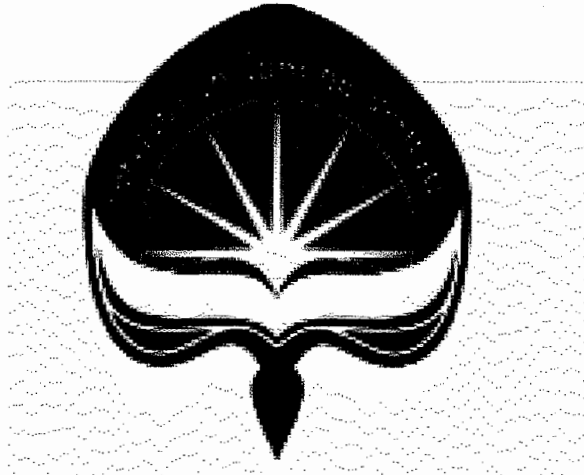
| | |
|---|---|
|  UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN | MILIK PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA |
| Diterima | 25 MAY 2007 |
| Inventarisasi | 3257/EM/Hd.5/2007 |
| Klasifikasi | R1.658.B3A2/Dew/06 |
| Selesai Diproses : | |

| | |
|---|---|
|  UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN | UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA FAKULTAS EKONOMI Program Studi Manajemen |
|---|---|

**PENGARUH ORANGTUA DALAM PEMBELIAN
PAKAIAN ANAK BERMERK MEWAH**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun oleh:

Dewitara Mutiara Sorey

NPM: 01 03 13066

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

SKRIPSI

**PENGARUH ORANGTUA DALAM PEMBELIAN
PAKAIAN ANAK BERMERK MEWAH**


Disusun oleh:

Dewitara Mutiara Sorey

NPM. 01 03 13066

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama



Budi Suprpto, Ph.D

Tanggal 6 Februari 2006

SKRIPSI

PENGARUH ORANGTUA DALAM
PEMBELIAN PAKAIAN ANAK BERMERK
MEWAH

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Dewitara Mutiara Sorey

NPM: 01 03 13066

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


Drs. P. Didit Krisnadewara, MM

Anggota Panitia Penguji


Budi Suprpto, Ph.D


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA

Yogyakarta, 10 Maret 2006

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Dr. R. Maryatmo, MA

PERNYATAAN

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

PENGARUH ORANGTUA DALAM PEMBELIAN PAKAIAN ANAK BERMERK MEWAH

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 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, 6 Februari 2006

Yang menyatakan



Dewitara Mutiara Sorey

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, karunia dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini. Skripsi dengan judul **“Pengaruh Orangtua dalam Pembelian Pakaian Anak Bermerk Mewah”** disusun untuk memenuhi sebagian prasyarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis juga menyadari bahwa dalam penelitian hingga tersusunnya skripsi ini semuanya tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, tenaga dan bimbingannya kepada penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Budi Suprpto, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah memberikan petunjuk, ide, dan saran selama penyusunan Skripsi ini.
2. Bapak Didit dan Bapak Jarot selaku penguji pendadaran serta seluruh dosen yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan selama penulis mengikuti kuliah di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Bapak J. A. Surjogunawan selaku Supervisor PT. Joey Sasmita Lencana (COOL Kids) dan karyawan outlet COOL Kids Galeria Mall yang sangat memberikan kemudahan pada penyusun dalam penelitian. Terimakasih banyak!!!
4. Keluargaku yang terkasih, khususnya kedua orangtuaku Papi (Alm.),

Mami , Oma Mientje atas doa , dukungan , kasih sayang dan kepercayaannya serta tidak pernah bosan menanyakan Skripsi ini.

5. Dandy dan Donny atas doa, dukungan dan semangat yang diberikan kepada penulis.
6. Bhramantya Kusumo yang memberikan semangat, doa , kasih sayang, pengertian dan masukan. That's sun for the day, that's moon for the night dan that's you FOREVER.
7. Bu'ma, Irene, Titin, Emma Gonz, Lia, Putri, Amie dan Adhi untuk pertemanan kita selama kuliah. Semangat kalian yang buat aku terus berusaha. Metty, Ido dan Icha makasiiiiih bgt buat kebersamaannya dalam susah dan senang.
8. Yuli, Lucky, Anita, Dian, Hutabarat Family, Agatha, Rosa dan Indri, Cesilia dan Astrid yang memberikan keceriaan, inspirasi maupun kegalauan selama penyelesaian Skripsi.
9. Anak-anak KKN "SW 32" buat kekompakannya sehingga memberikan semangat kepada penulis. I'll miss you!
10. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis sehingga penulisan laporan Skripsi ini dapat selesai.

Yogyakarta, 6 Februari 2006

Dewitara Mutiara Sorey

HALAMAN MOTTO

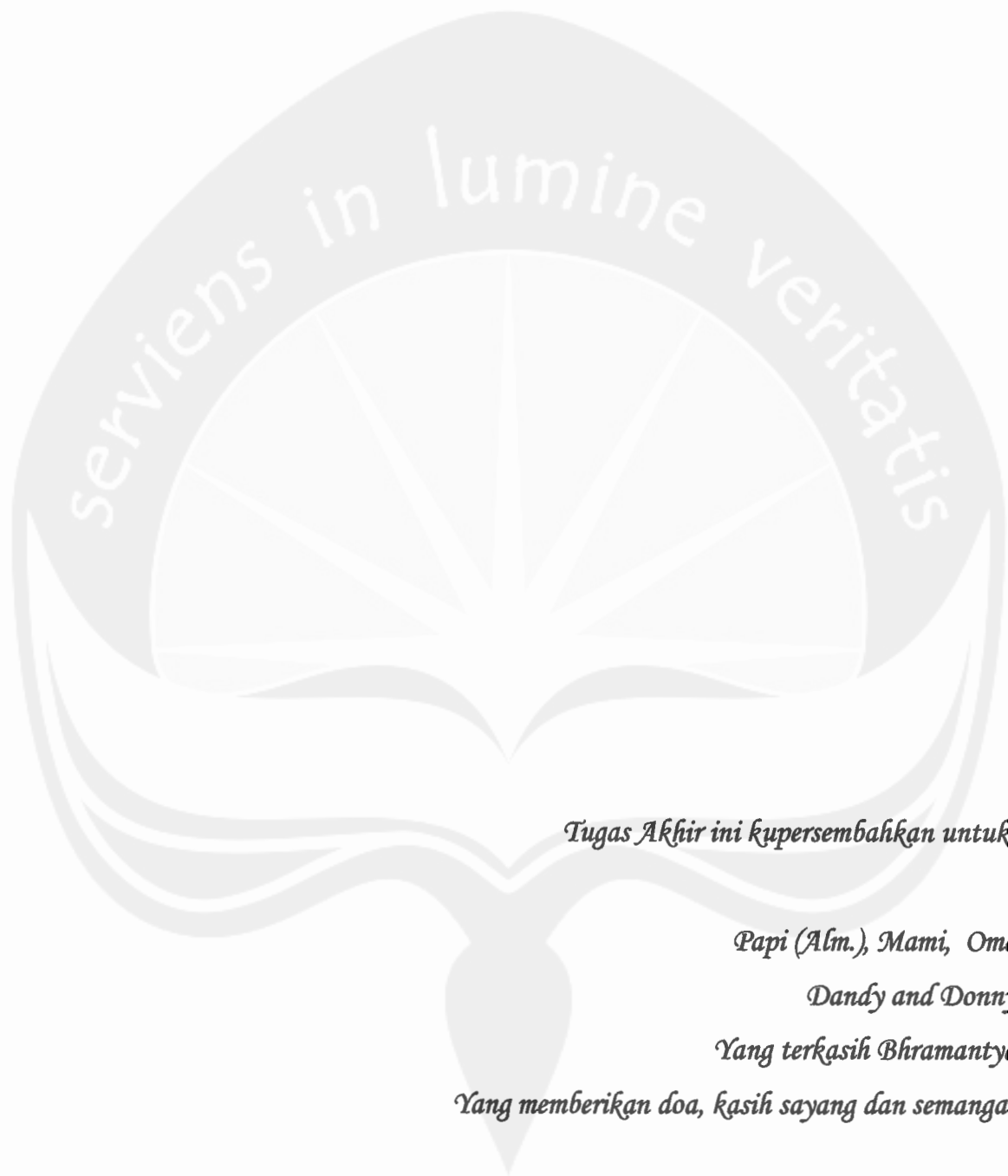
*Luangkan waktu untuk berpikir;
Karena itu merupakan sumber kekuatan*

*Luangkan waktu untuk bermain;
Karena itu merupakan rahasia awet muda*

*Luangkan waktu untuk tertawa;
Karena itu merupakan musik untuk jiwa*

*Luangkan waktu untuk bermimpi;
Karena dengan itu, masa depan dibentuk*

*Luangkan waktu untuk berdoa;
Karena itu merupakan kekuatan terbesar di bumi*



Tugas Akhir ini kupersembahkan untuk:

Papi (Alm.), Mami, Oma

Dandy and Donny

Yang terkasih Bhramantya

Yang memberikan doa, kasih sayang dan semangat

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------|------|
| Halaman Judul | i |
| Halaman Persetujuan Pembimbing | ii |
| Halaman Pengesahan Skripsi | iii |
| Halaman Pernyataan | iv |
| Kata Pengantar | v |
| Halaman Motto | vii |
| Halaman Persembahan | viii |
| Daftar Isi | ix |
| Daftar Tabel | xii |
| Daftar Gambar | xiii |
| Intisari..... | xiv |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|----------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 6 |
| 1.5 Hipotesis..... | 6 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 7 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|--|----|
| 2.1 Perilaku Konsumen..... | 9 |
| 2.1.1 Model Perilaku Konsumen..... | 10 |
| 2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen | 11 |
| 2.1.3 Motivasi Konsumsi Sosial | 28 |
| 2.1.4 Materialisme | 30 |
| 2.2 Merk | 32 |
| 2.2.1 Ekuitas Merk (<i>Brand Equity</i>) | 33 |

| | |
|--|----|
| 2.2.2 Merk Mewah (<i>Luxury Brand</i>) | 35 |
|--|----|

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian | 37 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 37 |
| 3.2.1 Populasi | 37 |
| 3.2.2 Sampel | 37 |
| 3.3 Bentuk Penelitian | 38 |
| 3.3.1 Penelitian Lapangan (Survey) | 38 |
| 3.3.2 Studi Pustaka | 39 |
| 3.4 Jenis Data yang Digunakan | 39 |
| 3.4.1 Data Primer | 39 |
| 3.4.2 Data Sekunder | 39 |
| 3.5 Metode Pengumpulan Data | 39 |
| 3.5.1 Wawancara | 40 |
| 3.5.2 Observasi | 40 |
| 3.5.3 Kuesioner | 40 |
| 3.6 Metode Pengujian Instrumen | 42 |
| 3.6.1 Uji Validitas | 42 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas | 45 |
| 3.7 Metode Analisis Data | 47 |
| 3.7.1 Analisis Persentase | 47 |
| 3.7.2 Analisis <i>Bivariate Correlation</i> | 47 |
| 3.7.3 Analisis Modus | 49 |

BAB IV ANALISIS DATA dan PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| 4.1 Analisa Persentase | 51 |
| 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 52 |
| 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 52 |
| 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan | 53 |
| 4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran | 54 |

| | |
|--|----|
| 4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Keseringan Belanja | 55 |
| 4.2 Analisis dan Hasil Penelitian | 56 |
| 4.2.1 <i>Bivariate Correlation</i> | 56 |
| 4.2.2 Analisis Modus | 59 |

BAB V KESIMPULAN dan IMPLIKASI MANAJERIAL

| | |
|--------------------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan | 62 |
| 5.2 Implikasi Manajerial | 64 |
| 5.3 Kelemahan Penelitian | 65 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 Koefisien Validitas Motivasi Konsumsi Sosial | 44 |
| Tabel 3.2 Koefisien Validitas Materialisme | 44 |
| Tabel 3.3 Koefisien Reliabilitas | 46 |
| Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan usia | 52 |
| Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan | 53 |
| Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan | 53 |
| Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran | 54 |
| Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan keseringan belanja | 55 |
| Tabel 4.6 Korelasi motivasi konsumsi sosial dengan pengeluaran | 57 |
| Tabel 4.7 Korelasi materialisme dengan pengeluaran | 57 |
| Tabel 4.8 Peringkat motivasi spesifik dalam berbelanja | 60 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Pola Dasar dari Teori Perilaku Konsumen | 9 |
| Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen | 11 |
| Gambar 2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku | 12 |
| Gambar 2.4 Hierarki Kebutuhan Maslow | 24 |



PENGARUH ORANGTUA DALAM PEMBELIAN PAKAIAN ANAK BERMERK MEWAH

Disusun oleh:

Dewitara Mutiara Sorey

NPM: 01 03 13066

Pembimbing Utama

Budi Suprpto, Ph.D

Intisari

Penelitian ini difokuskan pada kebiasaan orangtua dalam membeli pakaian anak bermerk mewah yang dilihat dari motivasi konsumsi sosial dan materialisme. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara motivasi konsumsi sosial dan materialisme dengan pengeluaran orangtua dalam membeli pakaian anak bermerk mewah. Metode penelitian yang digunakan dalam riset ini adalah: (1) telaah / kajian literatur, (2) survei lapangan dan wawancara, dan (3) penyebaran kuesioner kepada 150 responden yang menjadi obyek penelitian ini.

Terdapat dua temuan utama yang diperoleh dari penelitian ini. Pertama, terdapat hubungan signifikan antara motivasi konsumsi sosial dengan besarnya uang yang dikeluarkan (pengeluaran) orangtua dalam membeli pakaian anak bermerk mewah. Sedangkan yang kedua, tidak terdapat hubungan signifikan antara materialisme dan besarnya pengeluaran orangtua dalam membeli pakaian anak bermerk mewah.

Selain kedua temuan utama diatas, melalui penelitian ini terlihat juga bahwa motivasi spesifik responden dalam berbelanja pakaian anak bermerk mewah didasari oleh kualitas dan desain produk yang bagus dimana ini menjadi kriteria penting bagi orangtua dalam memilih pakaian anak bermerk mewah.

Kata kunci: merk, perilaku konsumen, pakaian, anak-anak, motivasi, materialisme