


CONSUMER BEHAVIOR

 PERPUSTAKAAN	PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS INDONESIA
Tgl. Pinjam	08 JAN 2007
No. Pinjam	2987/EM/Hd.1/2007
Klasifikasi	Rf 658.8342 A ¹⁵ 06
Selanjutnya	

 PERPUSTAKAAN	PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS INDONESIA
---	---------------------------------------

**ANALISIS PERANAN INDIVIDU DALAM KELUARGA
PADA PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL KELUARGA
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

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

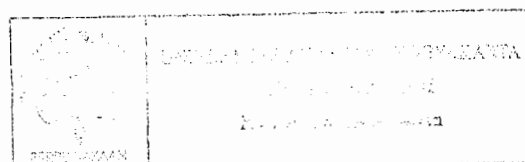


Disusun Oleh:

Amelia Kristiani Setia Hudaya

NPM : 01 03 12896

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

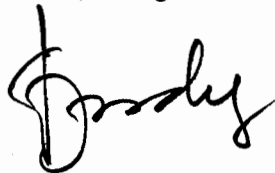


SKRIPSI
ANALISIS PERANAN INDIVIDU DALAM KELUARGA
PADA PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL KELUARGA
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Disusun oleh :
Amelia Kristiani Setia Hudaya
NPM : 01 03 12896

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama



Dedy Handrimurtjahjo, Drs., MBM.

Tanggal 15 Juni 2006

SKRIPSI
ANALISIS PERANAN INDIVIDU DALAM KELUARGA
PADA PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL KELUARGA
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Amelia Kristiani

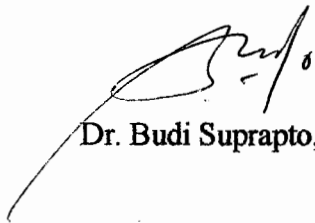
NPM: 01 03 12896

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 15 Juli 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



Dr. Budi Suprpto, MBA

Anggota Panitia Penguji



Dedy Handrimurtjahjo, Drs., MBM.

Anggota Panitia Penguji



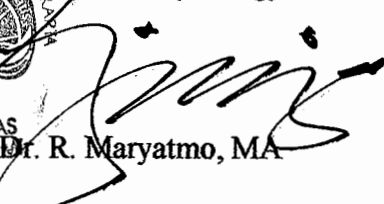
Drs. Gunawan Jiwanto, MBA

Yogyakarta, 15 Juli 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta




Dr. R. Maryatmo, MA

Surat Pernyataan

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

**ANALISIS PERANAN INDIVIDU DALAM KELUARGA
PADA PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL KELUARGA
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Benar – benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut / catatan kaki / daftar pustaka.

Apabila dikemudian 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 Atmajaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Juli 2006

Yang Menyatakan



Amelia Kristiani

Kata Pengantar

Segala ucapan puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus, atas pertolongan serta kesabaran-Nya dalam memberikan kekuatan dan kemampuan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi dengan judul:

ANALISIS PERANAN INDIVIDU DALAM KELUARGA PADA PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL KELUARGA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Atmajaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan yang tidak terhingga dari banyak pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Dr. R. Maryatmo, MA, selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Bapak Y. Sri Susilo, Drs., M.Si, selaku pembantu dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Bapak Dedy Handrimurtjahjo, Drs., MBM, selaku dosen pembimbing yang telah begitu banyak membantu dan dengan sabar membimbing serta meluangkan waktu dan memberikan banyak masukan dalam pembuatan skripsi ini.

4. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atmajaya Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan selama peneliti menimba ilmu di Perguruan Tinggi sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Segenap warga masyarakat yang tinggal di didaerah Real Estate Green Garden, Griya Indah dan Tambak Mas di Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah membantu penulis dalam melakukan pengumpulan data.
6. Bapak Sudharsono yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Big thanks for my dearst mama, papa makasih yaa udah dukung aku dan ngingetin waktu mulai males....!
8. Ci Inneke & Ko Harry thanks ya cie, ko udah bantu aku banyak banget.....!
9. My little sister eve.....thanks ya udah nemeni aku begadang.
10. My Dearst best friend Cute Viena, Miss nice Sari, Niken temen seperjuanganku, Eva temen curhatku, Bella my nice sister (thanks for everything in KKN). Kadek, Effen, Aji n Yoyo, semua temen-temen angkatan 2001 Thanks for care & every kindness that have been gave to me.
11. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Peneliti juga berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi Program studi Manajemen.

Yogyakarta, 15 Juni 2006

Amelia Kristiani



Dedicated To:

My Dear GOD Jesus Christ

My Lovely Family

All my best friend

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Halaman Persembahan	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
Intisari	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Hipotesis	9
1.7. Sistematika Penulisan	10

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Konsep Pemasaran Berorientasi pada Konsumen	11
2.2. Pengertian Prilaku Konsumen	13
2.3. Karakteristik yang Mempengaruhi Tingkah laku Konsumen	14
2.3.1. Kultur	16
2.3.2. Kelas Sosial	16
2.3.3. Keluarga	17
2.3.4. Tahapan Hidup Keluarga	19
2.4. Tahap-Tahap dalam Proses Keputusan Pembelian	21
2.4.1. Pengenalan Kebutuhan	21
2.4.2. Pencarian Informasi	22
2.4.3. Evaluasi Alternatif	23
2.4.4. Keputusan Pembelian	23
2.4.5. Tingkah Laku Pasca Pembelian	24
2.5. Keputusan Pembelian Dalam Keluarga	25
2.5.1. Struktur Peran	26
2.5.2. Struktur Kekuasaan	27
2.5.3. Tingkatan Dalam Pembuatan Keputusan Pembelian Keluarga	27
2.5.4. Karakteristik Khusus dalam Keluarga	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metodologi Penelitian	29
3.1.1. Lokasi Penelitian	29
3.1.2. Bentuk Penelitian	29
3.1.3. Populasi	29
3.2. Metode Pengambilan Sample	30
3.3. Metode Pengumpulan Data	30
3.4. Metode Pengukuran Data	31
3.5. Metode Pengukuran Kuisisioner	32
3.6. Metode Analisis Data	34

BAB IV ANALISIS DATA

4.1. Tahapan-Tahapan yang Dilakukan Peneliti dalam Melakukan Analisis Data	41
4.2. Analisis Prosentase	42
4.2.1. Karakteristik Responden	42
4.3. Analisis Masing-Masing Peran Individu dalam Keluarga	45
4.3.1. Peranan Individu pada Keluarga Tahap I	46
4.3.2. Peranan Individu pada Keluarga Tahap II	50
4.3.3. Peranan Individu pada Keluarga Tahap III	53
4.3.4. Analisis Perbedaan Peran Individu pada Keluarga Tahap I, II, III.....	58

4.3.5. Perbandingan Hasil Hipotesis.....	63
--	----

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1. Kesimpulan	64
5.2. Implikasi Manajerial	67
5.3. Kelemahan Penelitian	69
DAFTAR PUSTAKA	70
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1. Tabel 2.1.	: Individu yang Berperan dalam Proses Pembelian Mobil.....	19
2. Tabel 3.1.	: Hasil Uji Validitas.....	33
3. Tabel 3.2.	: Hasil Uji Reliabilitas.....	34
4. Tabel 4.1.	: Status Responden dalam Keluarga.....	42
5. Tabel 4.2.	: Usia Pernikahan Responden.....	43
6. Tabel 4.3.	: Usia Anak Tertua Responden	44
7. Tabel 4.4.	: Tingkat Pendapatan Responden.....	44
8. Tabel 4.5.	: Jenis Mobil Keluarga.....	45
9. Tabel 4.6.	: Pemrakarsa pada Keluarga Tahap I.....	46
10. Tabel 4.7.	: Pemberi Pengaruh pada Keluarga Tahap I	47
11. Tabel 4.8.	: Pembuat Keputusan pada Keluarga Tahap I	47
12. Tabel 4.9.	: Pembelian pada Keluarga Tahap I	48
13. Tabel 4.10.	: Pemakai pada Keluarga Tahap I	49
14. Tabel 4.11.	: Pemrakarsa pada Keluarga Tahap II.....	50
15. Tabel 4.12.	: Pemberi Pengaruh pada Keluarga Tahap II	50
16. Tabel 4.13.	: Pembuat Keputusan pada Keluarga Tahap II	51
17. Tabel 4.14.	: Pembelian pada Keluarga Tahap II	52
18. Tabel 4.15.	: Pemakai pada Keluarga Tahap II	53
19. Tabel 4.16.	: Pemrakarsa pada Keluarga Tahap III.....	53
20. Tabel 4.17.	: Pemberi Pengaruh pada Keluarga Tahap III	54

21. Tabel 4.18.	: Pembuat Keputusan pada Keluarga Tahap III	55
22. Tabel 4.19.	: Pembelian pada Keluarga Tahap III	56
23. Tabel 4.20.	: Pemakai pada Keluarga Tahap III	57
24. Tabel 4.21.	: Pemrakarsa pada Keluarga Tahap I, II, III.....	58
25. Tabel 4.22.	: Pemberi Pengaruh pada Keluarga Tahap I, II, III	59
26. Tabel 4.23.	: Pembuat Keputusan pada Keluarga Tahap I, II, III	60
27. Tabel 4.24.	: Pembeli pada Keluarga Tahap I, II, III.....	61
28. Tabel 4.25.	: Pemakai pada Keluarga Tahap I, II, III.....	62
29. Tabel 4.26	: Perbandingan Hasil Hipotesis Peran.....	63

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1. : Proses Konsep Pemasaran 12
2. Gambar 2.2. : Model Pengambilan Keputusan Pembelian 26



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisisioner
2. Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan SPSS 12
4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan SPSS 13
5. Tabulasi Data Hasil Kuisisioner
6. Hasil olah Data Karakteristik Individu Menggunakan Analisis Prosentase
7. Hasil Olah Data Peran Individu Dalam Keluarga Menggunakan Crosstab Chi square

**ANALISIS PERANAN INDIVIDU DALAM KELUARGA
PADA PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL KELUARGA
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Intisari

Disusun oleh:

Amelia Kristiani Setia Hudaya

Dosen Pembimbing

Dedy Handrimurtjahjo, Drs., MBM.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui siapa yang memiliki peran terbesar dalam proses pengambilan keputusan pembelian mobil keluarga pada keluarga tahap I.. (2) Untuk mengetahui siapa yang memiliki peran terbesar dalam proses pengambilan keputusan pembelian mobil keluarga pada keluarga tahap II. (3) Untuk mengetahui siapa yang memiliki peran terbesar dalam proses pengambilan keputusan pembelian mobil keluarga pada keluarga tahap III. (4) Untuk mengetahui apakah ada perbedaan individu yang memiliki peran terbesar dalam proses pengambilan keputusan pembelian mobil keluarga pada keluarga tahap I, II, dan III. Masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah: Lima peran (*role*) dalam keluarga yaitu : (1) Pemrakarsa (*Initiator*), (2) Pemberi pengaruh (*Influencer*), (3) Pengambil keputusan (*Decider*), (4) Pembeli (*Buyer*), (5) Pemakai (*User*). Hasil penelitian ini adalah: (1) Terdapat perbedaan yang signifikan pada proses pengambilan keputusan pembelian mobil keluarga pada keluarga tahap I dan tahap III. (2) Perbedaan proses

pengambilan keputusan pembelian dalam keluarga sangat dipengaruhi oleh faktor budaya setempat, struktur keluarga, kelas sosial dan pencarian informasi.

Keywords Initiator, influencer, decider, buyer, user, budaya, pencarian informasi

