

**PEMILIHAN HADIAH BERDASARKAN MANFAAT ASOSIASI MEREK
SIMBOLIS, PENGALAMAN, DAN FUNGSIONAL:
STUDI PERILAKU KONSUMEN REMAJA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Fransiskus Xaverius Agung Prabowo

NPM: 05 03 15916

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

Maret, 2009

KATA PENGANTAR

SKRIPSI

**PEMILIHAN HADIAH BERDASARKAN MANFAAT ASOSIASI MEREK
SIMBOLIS, PENGALAMAN, DAN FUNGSIONAL:
STUDI PERILAKU KONSUMEN REMAJA**

Disusun Oleh:

Fransiskus Xaverius Agung Prabowo

NPM: 05 03 15916

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Dr. M.F. Shellyana Junaedi, SE, M.Si.

Tanggal 14 Februari 2009

SKRIPSI

PEMILIHAN HADIAH BERDASARKAN MANFAAT ASOSIASI MEREK

SIMBOLIS, PENGALAMAN, DAN FUNGSIONAL:

STUDI PERILAKU KONSUMEN REMAJA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Fransiskus Xaverius Agung Prabowo

NPM: 05 03 15916

Telah dipertahankan di depan panitia pada tanggal 13 Maret 2009
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. M.F. Shellyana Junaedi, SE, M.Si.

Anggota Panitia Penguji



Fandy Tjiptono, SE, M.Comm.



Drs. D. Koeshartono, MM

Yogyakarta, 13 Maret 2009

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. R. Maryatno, MA

FAKULTAS
EKONOMI

PERNYATAAN

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

PEMILIHAN HADIAH BERDASARKAN MANFAAT ASOSIASI MEREK

SIMBOLIS, PENGALAMAN, DAN FUNGSIONAL:

STUDI PERILAKU KONSUMEN REMAJA

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/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, 14 Februari 2009

Yang menyatakan,



(FX. Agung Prabowo)

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan kasih karunia dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian atau skripsi dengan judul “PEMILIHAN HADIAH BERDASARKAN MANFAAT ASOSIASI MEREK SIMBOLIS, PENGALAMAN, DAN FUNGSIONAL: STUDI PERILAKU KONSUMEN REMAJA” yang disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak yang telah dengan sabar dan tulus membantu, menyumbangkan pikiran, tenaga, dan bimbingan kepada penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, penulis dengan sepenuh hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. M.F. Shellyana Junaedi, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan waktu, pengarahan, dan bimbingan dengan sabar, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan terlibat dalam proses *formatio* kepada penulis.

3. Ayahanda Dionysius Soelistya dan Ibunda Emilia Hardjilah, yang telah memberikan doa, dukungan, fasilitas, kasih sayang dan semangat yang begitu besar dalam penyusunan skripsi ini.
4. Rm. Antonius Budi Wihandono, Pr, yang selalu memberikan perhatian, semangat, dan doa dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Th. Diah Widiastuti, SE, M.Si yang telah berkenan memberikan waktu, masukan, dan perhatian dalam penyusunan skripsi ini.
6. Wendy Morrin Tanoni, yang selalu memberikan inspirasi, *spirit*, masukan, dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kedua saudaraku, Stanislaus Raditya Wisnu dan Yohanes Donny Triputra, yang telah memberikan doa dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Tante Lilik Harsanti, yang selalu memberikan dukungan semangat dan doa dalam penyusunan skripsi ini.
9. Teman-temanku: Erlin Ribka Tanoni, Fajar Adi Nugroho, Liem Hok Lay, Christian Hidayat, Fajar 'Jarwo', Gerry Hebron Tanoni, Jeffri, Oscar, Denny, Widjaya, Mahesa, Anggun, Irawan, Rudy, Donny, Wita, Dewi, Stefan Hadinata, Ervina Anggelis, Celly, Elisa, Mas Iman 'Erza' dan Alfa yang telah membantu membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Semua insan Ilahi yang secara langsung, maupun tidak langsung terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan-kekurangan dan jauh dari kesempurnaan yang disebabkan oleh keterbatasan, pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman yang dimiliki penulis. Maka,

penulis dengan senang hati akan menerima saran dan kritik yang konstruktif guna lebih sempurnanya skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar hasil pemikiran yang telah tertuang dalam penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkompeten.

Yogyakarta, 14 Februari 2009

Di hari yang penuh syukur

Penulis,

(FX. Agung Prabowo)

PERSEMBAHAN



Helai demi helai ... hingga teruntai
sebuah karya sederhana ini,
kupersembahkan bagi

Sobat Sejatiku

yang selalu mendekapku dengan
kehangatan cinta dan kasih,
yang merasakan dalam setiap tarikan
dan hembusan nafas

Ayahanda dan Ibunda tercinta

Mahadewiku yang sejukkan jiwa

Kedua saudara kandungku yang
kubanggakan dan kusayangi

Keluarga besar Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Halaman Persembahan	viii
Daftar isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Sistematika Penulisan	10
BAB II: TINJAUAN KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
2.1. Pendahuluan	12
2.2. Perkembangan Penelitian Pemberian Hadiah	12
2.2.1. Penelitian Pemberian Hadiah: 1920 – 1929	14
2.2.2. Penelitian Pemberian Hadiah: 1930 – 1939	15
2.2.3. Penelitian Pemberian Hadiah: 1940 – 1949	15
2.2.4. Penelitian Pemberian Hadiah: 1950 – 1959	16
2.2.5. Penelitian Pemberian Hadiah: 1960 – 1969	16
2.2.6. Penelitian Pemberian Hadiah: 1970 – 1979	17
2.2.7. Penelitian Pemberian Hadiah: 1980 – 1989	20
2.2.8. Penelitian Pemberian Hadiah: 1990 – 1999	22
2.2.9. Penelitian Pemberian Hadiah: 2000 – Sekarang	23
2.3. Perilaku Pemberian Hadiah	24

2.4. Asosiasi Merek	26
2.5. Asosiasi Merek Menurut Keller	27
2.6. Karakteristik Merek Hadiah Menurut Belk	29
2.7. Manfaat Asosiasi Merek Menurut Keller	30
2.8. Segmentasi Pasar Remaja	31
2.9. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Hadiah	33
2.9.1. Gender (Jenis Kelamin) Remaja	34
2.9.2. Usia Remaja	34
2.9.3. Uang Saku dan/atau Penghasilan Remaja	34
2.10. Model Penelitian	36
2.11. Pengembangan Hipotesis	37
BAB III: METODE PENELITIAN	40
3.1. Jenis Penelitian	40
3.2. Ruang Lingkup Penelitian	40
3.3. Metode Pengambilan Sampel dan Teknik Pengumpulan Data	41
3.3.1. Metode Pengambilan Sampel	41
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data	42
3.4. Pengujian Validitas dan Reliabilitas	43
3.4.1. Analisis Validitas	43
3.4.2. Analisis Reliabilitas	45
3.5. Definisi Operasional	46
3.6. Metode Analisis Data	48
3.6.1. Analisis Persentase	48
3.6.2. Analisis Independent Sample T-Test	48
3.6.3. Analysis of Variance (ANOVA)	49
BAB IV: PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	51
4.1. Profil Responden	51
4.1.1. Penggolongan Responden Berdasarkan Gender (Jenis Kelamin)	52
4.1.2. Penggolongan Responden Berdasarkan Usia	52
4.1.3. Penggolongan Responden Berdasarkan Uang Saku dan/atau	

Penghasilan	53
4.1.4. Penggolongan Penerima Hadiah	54
4.1.5. Waktu Pembelian Hadiah	55
4.1.6. Peristiwa Pembelian Hadiah	56
4.1.7. Hadiah yang Dibeli	57
4.2. Analisis Independent Sample T-Test	58
4.2.1. Variabel Manfaat Simbolis	61
4.2.2. Variabel Manfaat Pengalaman	64
4.2.3. Variabel Manfaat Fungsional	65
4.3. Analysis of Variance (ANOVA)	67
4.3.1. Pemilihan Manfaat Asosiasi Merek Hadiah Ditinjau dari Penerima	67
4.3.1.1. Variabel Manfaat Simbolis	70
4.3.1.2. Variabel Manfaat Pengalaman	71
4.3.1.3. Variabel Manfaat Fungsional	72
4.3.2. Pemilihan Manfaat Asosiasi Merek Hadiah Ditinjau dari Usia	73
4.3.2.1. Variabel Manfaat Simbolis	75
4.3.2.2. Variabel Manfaat Pengalaman	76
4.3.2.3. Variabel Manfaat Fungsional	77
4.3.3. Pemilihan Manfaat Asosiasi Merek Hadiah Ditinjau dari Uang Saku dan/atau Penghasilan	77
4.3.3.1. Variabel Manfaat Simbolis	81
4.3.3.2. Variabel Manfaat Pengalaman	85
4.3.3.3. Variabel Manfaat Fungsional	87
BAB V: KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	88
5.1. Kesimpulan	88
5.2. Implikasi Manajerial	90
5.3. Implikasi untuk Penelitian Mendatang	94
Daftar Pustaka	xiv
Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Hasil Perhitungan Uji Validitas	44
Tabel 3.2	Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.1	Tingkat Pengembalian Kuesioner	51
Tabel 4.2	Gender (Jenis Kelamin) Responden	52
Tabel 4.3	Usia Responden	53
Tabel 4.4	Uang Saku dan/atau Penghasilan Responden	54
Tabel 4.5	Penerima Hadiah	55
Tabel 4.6	Waktu Terakhir Pembelian Responden	56
Tabel 4.7	Persitiwa Pembelian Hadiah	56
Tabel 4.8	Hadiah yang Dibeli Responden	57
Tabel 4.9	Perbedaan Pemilihan Manfaat Asosiasi Merek Hadiah Ditinjau dari Gender (Jenis Kelamin)	58
Tabel 4.10	Perbedaan Pemilihan Manfaat Asosiasi Merek Hadiah Ditinjau dari Penerima	68
Tabel 4.11	Perbedaan Pemilihan Manfaat Asosiasi Merek Hadiah Ditinjau dari Usia 74	
Tabel 4.12	Perbedaan Pemilihan Manfaat Asosiasi Merek Hadiah Ditinjau dari Uang Saku dan/atau Penghasilan	79