



REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN PERTANIAN

Ditandatangani: 12 Juli 2007
Nomor: 457/MM/Hd.7/2007
Jenis: RA 658.8 Man 06
Bidang: Marketing M.



TESIS

**PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI KELUARGA
PADA KRITERIA EVALUASI PEMBELIAN:
KAJIAN EVALUASI UTILITARIAN DAN HEDONIK**



NANANG MASKURI SIANTURI

No. Mhs. : 05.1060/ PS/ MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2006



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : NANANG MASKURI SIANTURI
Nomor Mahasiswa : 05.1060/ PS/ MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Status Sosial Ekonomi Keluarga Pada
Kriteria Evaluasi Pembelian: Kajian Evaluasi
Utilitarian dan Hedonik

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda tangan

Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

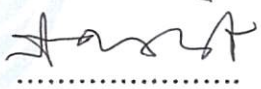

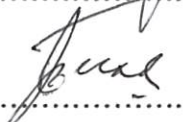
18 Desember 2006

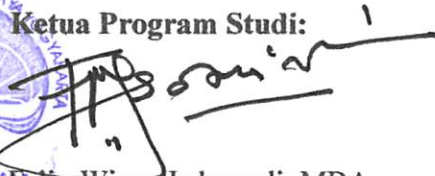



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : NANANG MASKURI SIANTURI
Nomor Mahasiswa : 05.1060/ PS/ MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Status Sosial Ekonomi Keluarga Pada
Kriteria Evaluasi Pembelian: Kajian Evaluasi
Utilitarian dan Hedonik

Nama Penguji	Tanggal	Tanda tangan
Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.	21 Desember 2006	
W. Mahestu N., SE., MSCIB	21 Desember 2006	
Drs. P. Didit Krisnadewara, MM	21 Desember 2006	


Ketua Program Studi:

Drs. Felix Wisnu Isdaryadi, MBA
PASCASARJANA

PERNYATAAN

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

**PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI KELUARGA PADA KRITERIA
EVALUASI PEMBELIAN : KAJIAN EVALUASI UTILITARIAN DAN
HEDONIK**

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 dikemudian 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, 18 Desember 2006

Yang menyatakan:

Nanang Maskuri Sianturi

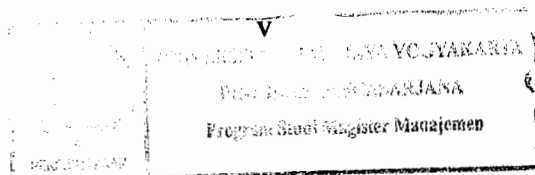
INITISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh status sosial ekonomi keluarga pada kriteria evaluasi pembelian utilitarian maupun hedonik. Penelitian ini juga melakukan kajian mengenai pengaruh jenis kelamin pada masing-masing kriteria evaluasi pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian literatur, dan survai dengan penyebaran kuesioner. Responden yang berhasil dijangkau sejumlah 204 orang, atau 102 pasang suami istri.

Studi ini menghasilkan dua penemuan penting. Pertama, status sosial ekonomi keluarga memiliki pengaruh yang signifikan pada masing-masing kriteria evaluasi pembelian, untuk semua jenis produk yaitu peralatan dapur, pakaian anak, mobil keluarga, dan televisi.

Ke dua, pada kriteria evaluasi pembelian utilitarian secara keseluruhan, untuk jenis produk pakaian anak dan mobil keluarga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kriteria evaluasi pembelian utilitarian pada pria dengan kriteria evaluasi pembelian utilitarian pada wanita. Namun untuk jenis produk peralatan dapur dan televisi, kriteria evaluasi pembelian utilitarian memiliki pengaruh yang signifikan antara kriteria evaluasi pembelian utilitarian pada pria dengan kriteria evaluasi pembelian utilitarian pada wanita. Pada kriteria evaluasi pembelian hedonik secara keseluruhan, untuk jenis produk pakaian anak, mobil keluarga, dan televisi tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kriteria evaluasi pembelian hedonik pada pria dengan kriteria evaluasi pembelian hedonik pada wanita. Namun untuk jenis produk peralatan dapur, kriteria evaluasi pembelian hedonik memiliki pengaruh yang signifikan antara kriteria evaluasi pembelian hedonik pada pria dengan kriteria evaluasi pembelian hedonik pada wanita.

Kata-kata kunci: Status sosial ekonomi keluarga, kriteria evaluasi pembelian, kriteria evaluasi utilitarian, dan kriteria evaluasi hedonik.



ABSTRACT

This research aims to find out and analyze the influence of family's social economics status on utilitarian and hedonic purchasing evaluation criteria. This research also analyzed about the influence of gender to each purchase evaluation criteria. This research use literature study and survey method by spreading the questioner's. The study successfully obtained 204 respondents, or 102 married couples.

This study results two important inventions. The First, family's social economics status have significant influence on each evaluation criteria of purchasing, for all product types such as kitchen equipments, child clothes, family car, and television.

The Second, utilitarian evaluative criteria of purchasing in generally, for child clothes and family car products, there are no significant influence between man's and woman's utilitarian evaluative criteria. But for the kitchen equipments and television product, utilitarian evaluative criteria have significant influence between man and woman. On hedonic evaluative criteria in generally, for child clothes, family car, and television products, there are no significant influence between man's and woman's hedonic evaluative criteria. But for the kitchen equipments product, hedonic evaluative criteria have significant influence between man and woman.

Keywords: Social status family economics, purchasing evaluation criteria, utilitarian evaluative criteria, and hedonic evaluative criteria.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan yang maha Esa atas anugerah dan bimbinganNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis tanpa halangan yang berarti. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program Magister pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna dengan adanya beberapa kekurangan, hal ini karena keterbatasan kemampuan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikan tesis ini.

Dalam penyusunan tesis ini penulis telah banyak memperoleh bimbingan, pengarahan, saran-saran, dan dorongan serta dukungan yang sangat bermanfaat hingga terselesaikannya tesis ini. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak dan Ibuku tercinta, yang mau membiayai kuliahku dan selalu sabar menanti.
2. Bunda Shellyana Junaedi, yang telah meluangkan waktu dan penuh kesabaran membimbingku (you are my favourite lecturer he.he.).
3. Seluruh staf pengajar program Magister Manajemen Universitas Atma Jaya, atas ilmu yang telah diberikan selama ini.

4. Bernadina Kusuma, yang setia memberi dukungan, dorongan, dan membantu dengan penuh semangat dan penuh cinta (cciiieeee.... Romantis sekalee...)
5. Bapak dan Ibu Heri Kusuma, Dinus dan Detta, untuk segalanya.
6. Semua pihak yang telah membantuku dalam penyebaran kuesioner: Pakde Heri, Dina, Do-one Jogoyudan, Bu Tris, dan Samuel.
7. Teman-teman seperjuanganku (Heni dan Merlin), atas dorongan semangatnya.
8. Teman-teman Magister Manajemen angkatan Agustus 2005 dan angkatan Januari 2006.
9. Staf administrasi Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
10. Komputer, motor butut, hamster dan kelinci busuk.

Semoga Tuhan yang maha Esa berkenan membalas semua budi baik yang telah diberikan. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 18 Desember 2006

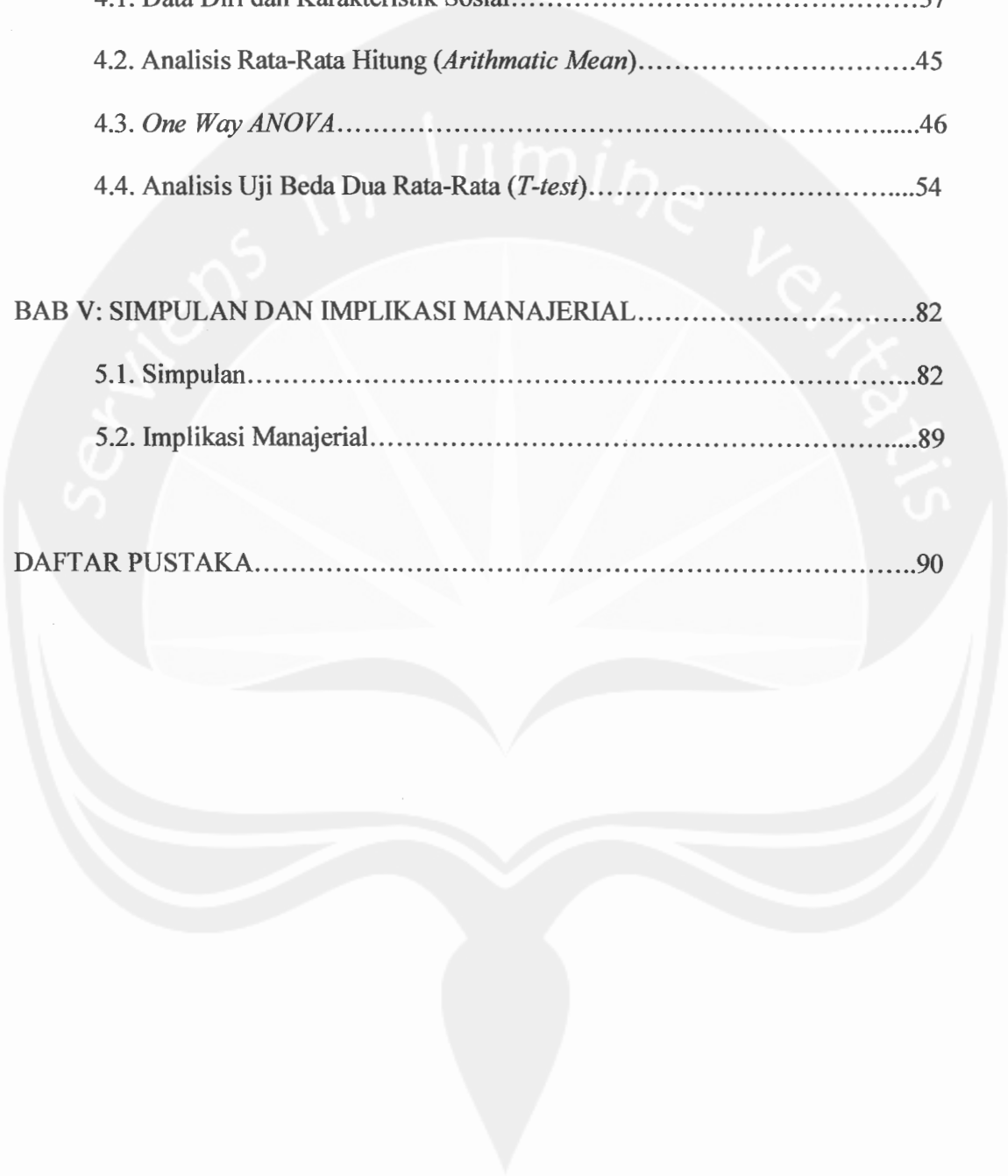
Penulis:

Nanang Maskuri Sianturi

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan Dosen Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan Tim Penguji.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Inti Sari.....	v
<i>Abstract</i>	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Keaslian Penelitian.....	5
1.5. Tujuan Penelitian.....	5
1.6. Manfaat Penelitian.....	6
1.7. Sistematika Penulisan.....	6

BAB II: TINJAUAN KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	8
2.1. Perilaku Konsumen.....	8
2.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Konsumen.....	9
2.3. Status Sosial Ekonomi.....	12
2.4. Kategori Status Sosial.....	13
2.5. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Pada Kriteria Evaluasi Pembelian.....	15
2.6. Persepsi Konsumen.....	15
2.7. Karakteristik Konsumen Yang Mempengaruhi Persepsi.....	17
2.8. Proses Persepsi.....	18
2.9. Proses keputusan Membeli.....	19
2.10. Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
2.11. Pengembangan Hipotesis.....	23
 BAB III: METODA PENELITIAN DATA.....	 24
3.1. Lingkup Penelitian.....	24
3.2. Metoda <i>Sampling</i> dan Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	26
3.4. Pengujian Instrumen Penelitian.....	29
3.5. Metoda Analisis Data.....	33



BAB IV: HASIL ANALISIS DATA.....	37
4.1. Data Diri dan Karakteristik Sosial.....	37
4.2. Analisis Rata-Rata Hitung (<i>Arithmetic Mean</i>).....	45
4.3. <i>One Way ANOVA</i>	46
4.4. Analisis Uji Beda Dua Rata-Rata (<i>T-test</i>).....	54
BAB V: SIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL.....	82
5.1. Simpulan.....	82
5.2. Implikasi Manajerial.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas.....	30
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	32
Tabel 4.1.1 Usia Responden.....	37
Tabel 4.1.2 Pendidikan Responden.....	39
Tabel 4.1.3 Pekerjaan Responden.....	40
Tabel 4.1.4 Pendapatan Individu Responden.....	42
Tabel 4.1.5 Status Sosial Ekonomi Keluarga Responden.....	44
Tabel 4.2.1 Kriteria Evaluasi Pembelian Konsumen.....	45
Tabel 4.3.1 Kriteria Evaluasi Pembelian Utilitarian Dibedakan Berdasarkan Status Sosial Ekonomi Keluarga.....	47
Tabel 4.3.2 Kriteria Evaluasi Pembelian Hedonik Dibedakan Berdasarkan Status Sosial Ekonomi Keluarga.....	50
Tabel 4.4.1 Kriteria Evaluasi Pembelian Status Sosial Ekonomi Keluarga Bawah Dibedakan berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.4.2 Kriteria Evaluasi Pembelian Status Sosial Ekonomi Keluarga Menengah Bawah Dibedakan berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.4.3 Kriteria Evaluasi Pembelian Status Sosial Ekonomi Keluarga Menengah Dibedakan berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4.4.4 Kriteria Evaluasi Pembelian Status Sosial Ekonomi Keluarga Menengah Atas Dibedakan berdasarkan Jenis Kelamin.....	63

Tabel 4.4.5 Kriteria Evaluasi Pembelian Status Sosial Ekonomi Keluarga

Menengah Atas Dibedakan berdasarkan Jenis Kelamin.....72

Tabel 4.4.5 Kriteria Evaluasi Pembelian Dibedakan berdasarkan Jenis Kelamin.....77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Perseptual.....	16
Gambar 2.2 Model Lima Tahap Proses Membeli.....	20



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	94
Lampiran 2. Validitas dan Reliabilitas.....	101
Lampiran 3. Analisis Persentase.....	109
Lampiran 4. <i>Arithmetic Mean</i>	114
Lampiran 5. <i>One Way ANOVA</i>	115
Lampiran 6. <i>Independent Sample T-test</i>	119
Lampiran 7. Data Jawaban Responden.....	143
Lampiran 8. Tabel R.....	168
Lampiran 9. Tabel Distribusi F.....	169
Lampiran 10. Tabel Distribusi T.....	170