

TESIS

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN DEMOGRAFI  
TERHADAP PREFERENSI BELANJA KONSUMEN DI  
PASAR BERINGHARJO**



ELIAANTI CHRISTINE

No. Mhs.: 145002141

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCA SARJANA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2016



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

---

### PENGESAHAN TESIS

Nama : ELIAANTI CHRISTINE  
Nomor Mahasiswa : 145002141/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Pengaruh Gaya Hidup Dan Demografi Terhadap  
Preferensi Belanja Konsumen Di Pasar Beringharjo

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda tangan

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

18 April '16



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

---

**PENGESAHAN TESIS**

Nama : ELIAANTI CHRISTINE  
Nomor Mahasiswa : 145002141/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Pengaruh Gaya Hidup Dan Demografi Terhadap  
Preferensi Belanja Konsumen Di Pasar Beringharjo

Nama Penguji	Tanggal	Tanda tangan
Prof. Dr. M. F. Shellyana Junaedi, M.Si. (Ketua/Penguji/Pembimbing Utama)	18 April '16	
Mahestu Noviantra Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D. (Anggota/Penguji)	22/04/16	
Budi Suprpto, MBA., Ph.D. (Anggota/Penguji)	20/04/2016	

Ketua Program Studi  
  
Mahestu Noviantra Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D.  
PASCASARJANA

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ELIAANTI CHRISTINE  
Nomor Mahasiswa : 145002141/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Pengaruh Gaya Hidup Dan Demografi Terhadap  
Preferensi Belanja Konsumen Di Pasar Beringharjo

Menyatakan bahwa tesis ini benar-benar adalah hasil karya saya, bila dikemudian hari ternyata terdapat kesamaan dengan tesis ataupun karya ilmiah lainnya, saya bersedia untuk dilakukan penyelidikan dan penyidikan guna memperoleh kebenaran dan keaslian karya ilmiah ini.

Saya bersedia dicabut hak saya sebagai Magister Manajemen (MM) bila terbukti hasil karya ilmiah ini merupakan plagiarisme atau mencuri hasil karya ilmiah orang lain.

Yogyakarta, 24 April 2016

Yang Membuat,



Eliaanti Christine

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dan menganalisis perbedaan gaya hidup terkait dengan aktivitas, minat, dan opini (AIO) terhadap preferensi belanja konsumen di Pasar Beringharjo, yang ditinjau dari faktor demografi (gender dan penghasilan). Uji validitas pada penelitian ini menggunakan *Pearson Correlation* dan *Cronbach's alpha* untuk menguji reliabilitasnya. Selanjutnya, untuk analisis data menggunakan regresi berganda, uji beda *independent sample t-test* yang ditinjau berdasarkan gender, dan uji beda Anova yang ditinjau berdasarkan penghasilan. Data yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 163 responden. Dengan karakteristik responden yang dipilih adalah konsumen atau pengunjung Pasar Beringharjo yang dalam 2 minggu terakhir mengunjungi Pasar Beringharjo.

Berdasarkan analisis regresi berganda yang telah dilakukan pada variabel aktivitas, minat, dan opini terhadap preferensi belanja konsumen menyimpulkan bahwa, variabel aktivitas tidak berpengaruh signifikan pada preferensi belanja konsumen. Sedangkan variabel minat dan opini berpengaruh signifikan pada preferensi belanja konsumen. Kemudian, hasil uji beda *independent sample t-test* yang ditinjau berdasarkan gender diketahui bahwa tidak ada perbedaan aktivitas, minat, opini dan preferensi belanja antara laki-laki dan perempuan yang berbelanja di Pasar Beringharjo. Untuk hasil uji beda Anova yang ditinjau berdasarkan penghasilan, juga menunjukkan tidak ada perbedaan aktivitas, minat, opini, dan preferensi belanja konsumen di Pasar Beringharjo.

**Kata Kunci: Gaya Hidup, Preferensi Belanja, Gender, dan Penghasilan**

## **ABSTRACT**

This study aimed to analyze the effect and the differences in lifestyle related activities, interests and opinions (AIO) to the consumer shopping preferences in Beringharjo market, which is in terms of demographics (gender and income). *Pearson correlation* was used to test its validity, while *Cronbach's alpha* was used to test its reliability. In addition, for analysing the data using multiple regression, different test named *independent sample t-test* was reviewed based on gender, while *ANOVA* was reviewed based on income. The data used in this research were from 163 respondents who visited Beringharjo in the last 2 weeks.

Based on the regression analysis of activities, interests and opinions variables to the consumer shopping preferences, it can be concluded that activity variable had no significant effect on consumer spending preferences, while interests and opinions variables had a significant effect on consumer spending preferences. Then, the results of different test of independent sample t-test on gender showed that there was no difference in activities, interests, opinions and shopping preferences between men and women who went shopping in Beringharjo. Different test result of ANOVA on income also showed that there was no difference between activities, interests, opinions, and the consumer shopping preferences in Beringharjo market.

**Keywords: Lifestyle, Shopping Preference, Gender, and Income**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala curahan berkat dan karuniaNya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup dan Demografi Terhadap Preferensi Belanja Konsumen di Pasar Beringharjo” dengan hasil yang memuaskan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan kemajuan Pasar Beringharjo.

Penulis menyadari bahwa didalam penyusunan tesis ini masih banyak kekurangan-kekurangan, serta penulis sadari pula tanpa uluran tangan dan kebaikn hati dari berbagai pihak, maka tesis ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang telah membimbing, memberkati, dan menyertai penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. M. F. Shellyana Junaedi, M.Si. selaku pembimbing utama atas segala petunjuk, arahan, motivasi dan kesabarannya dalam membimbing penulis.
3. Ibu Mahestu Noviandra Krisjanti, M.Sc., IB., Ph. D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta sekaligus sebagai dosen penguji yang banyak memberikan masukan bagi penulis.

4. Bapak Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku anggota dosen penguji yang banyak memberikan masukan bagi penulis.
5. Papa Mama ku tercinta serta kakak dan ketiga adikku yang selalu mendukung penulis dalam doa dan cinta.
6. Rekan-rekan Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta periode September 2014 atas dorongan dan bantuan yang diberikan dalam penulisan tesis ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan penulis satu-persatu, yang telah membantu penulis dalam bentuk apapun, Terima Kasih.

Akhir kata, penulis berharap agar tesis ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan kontribusi bagi banyak pihak. Terima kasih, semoga Tuhan memberkati kita semua.

Yogyakarta, 24 April 2016

Penulis

Eliaanti Christine



## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
INTISARI .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
<b>BAB I            PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	01
1.2. Rumusan Masalah .....	03
1.3. Tujuan Penelitian .....	04
1.4. Manfaat Penelitian .....	05
1.5. Sistematika Penulisan .....	06
<b>BAB II            LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS PENELITIAN</b>	
2.1. Segmentasi Pasar .....	07
2.2. Segmentasi Psikografis .....	08
2. 2. 1. Manfaat Segmentasi Psikografis .....	10
2. 2. 2. Gaya Hidup .....	12

2. 2. 3. Aktivitas, Minat, dan Opini .....	13
2.3. Demografi .....	15
2.4. Pasar Tradisional .....	15
2.5. Preferensi Belanja .....	18
2.6. Penelitian Terdahulu .....	20
2.7. Kerangka Penelitian .....	22
2.8. Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	23
<b>BAB III</b>	
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Pendahuluan .....	25
3.2. Lingkup Penelitian .....	25
3.3. Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.4. Definisi Operasional dan Instrumen Penelitian .....	27
3. 4. 1. Definisi Operasional .....	27
3. 4. 2. Instrumen Penelitian .....	29
3.5. Teknik Analisis Data .....	31
3. 5. 1. Teknik Pengukuran Skala .....	31
3. 5. 2. Pengujian Instrumen Penelitian (Validitas dan Reliabilitas) .....	31
3. 5. 3. Metode Analisis Data .....	32
a. Statistik Deskriptif .....	32
b. Analisis Regresi Berganda .....	33
c. <i>Independent Sample t-Test</i> .....	34
d. Analisis Uji ANOVA .....	35

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Analisis dan Pembahasan Karakteristik Responden .....	36
4. 1. 1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
4. 1. 2. Karakteristik Berdasarkan Usia .....	37
4. 1. 3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	38
4. 1. 4. Karakteristik Berdasarkan Penghasilan .....	40
4. 1. 5. Karakteristik Berdasarkan Jenjang Pendidikan Terakhir .....	41
4. 1. 6. Karakteristik Berdasarkan Domisili .....	42
4. 1. 7. Karakteristik Berdasarkan Waktu Pergi ke Pasar Beringharjo .....	42
4. 1. 8. Karakteristik Berdasarkan Intensitas Pergi Berbelanja ke Pasar Beringharjo .....	43
4. 1. 9. Karakteristik Berdasarkan Kendaraan yang Digunakan .....	45
4. 1. 10. Karakteristik Berdasarkan Pilihan Belanja .....	46
4. 1. 11. Karakteristik Berdasarkan Tujuan Datang ke Pasar .....	47
4. 1. 12. Karakteristik Berdasarkan Kecenderungan Berbelanja di Pasar .....	48
4.2. Analisis Karakteristik Responden Terkait Pasar Tradisional Beringharjo .....	49
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	50

4.3.1. Uji Validitas .....	51
4.3.2. Uji Reliabilitas .....	53
4.4. Analisis Regresi Berganda .....	54
4.5. <i>Independent Sample t-Test</i> .....	59
4.5.1. Analisis Uji t-test Aktivitas, Minat, dan Opini ditinjau berdasarkan Jenis kelamin .....	59
4.6. Analisis Anova Satu Arah ( <i>One Way Anova</i> ) .....	60
4.6.1. Analisis Uji Anova Untuk Variabel Aktivitas .....	63
4.6.2. Analisis Uji Anova Untuk Variabel Minat .....	69
4.6.3. Analisis Uji Anova Untuk Variabel Opini .....	75
4.6.4. Analisis Uji Anova Untuk Variabel Preferensi Belanja .....	84
4.7. Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu .....	87
<b>BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL</b>	
5.1. Kesimpulan .....	88
5.2. Implikasi Manajerial .....	91
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	94
<b>LAMPIRAN</b> .....	96

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Karakteristik VALS .....	09
Tabel 2. 2. Komponen Dimensi Gaya Hidup .....	15
Tabel 2. 3. Studi Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3. 1. Dimensi Aktivitas .....	27
Tabel 3. 2. Dimensi Minat .....	28
Tabel 3. 3. Dimensi Opini .....	28
Tabel 3. 4. Definisi Operasional .....	30
Tabel 4. 1. Jenis Kelamin Responden .....	37
Tabel 4. 2. Karakteristik Usia .....	38
Tabel 4. 3. Pekerjaan .....	39
Tabel 4. 4. Penghasilan .....	40
Tabel 4. 5. Pendidikan Terakhir.....	41
Tabel 4. 6. Domisili.....	42
Tabel 4. 7. Waktu Pergi Ke Pasar.....	43
Tabel 4. 8. Intensitas Pergi Berbelanja ke Pasar.....	44
Tabel 4. 9. Kendaraan yang digunakan.....	45
Tabel 4. 10. Pilihan Belanja Konsumen.....	46
Tabel 4. 11. Tujuan Datang ke Pasar.....	48
Tabel 4. 12. Kecenderungan Berbelanja di Pasar.....	49
Tabel 4. 13. Penilaian Konsumen.....	50
Tabel 4. 14. Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4. 15. Hasil Uji Reliabilitas.....	53

Tabel 4. 16. Hasil Uji Regresi Berganda Aktivitas, Minat, dan Opini terhadap Preferensi Belanja .....	55
Tabel 4. 17. Hasil Pengujian Hipotesis .....	57
Tabel 4. 18. Hasil Uji t-test aktivitas, minat, dan opini Ditinjau Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Tabel 4. 19. Hasil Uji Anova Variabel Aktivitas, Minat, Opini, dan Preferensi Belanja Ditinjau Berdasarkan Penghasilan .....	61
Tabel 4. 20. Hasil Uji Anova Untuk Variabel Aktivitas Ditinjau Berdasarkan Penghasilan .....	63
Tabel 4. 21. Hasil Uji Anova Untuk Variabel Minat Ditinjau Berdasarkan Penghasilan .....	69
Tabel 4. 22. Hasil Uji Anova Untuk Variabel Opini Ditinjau Berdasarkan Penghasilan .....	75
Tabel 4. 23. Hasil Uji Anova Untuk Variabel Preferensi Belanja Ditinjau Berdasarkan Penghasilan .....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Pasar Beringharjo.....	17
Gambar 2. 2. Model Penelitian .....	22
Gambar 4. 1. Jenis Kelamin Responden .....	37
Gambar 4. 2. Karakteristik Usia .....	38
Gambar 4. 3. Pekerjaan .....	39
Gambar 4. 4. Penghasilan .....	40
Gambar 4. 5. Pendidikan Terakhir .....	41
Gambar 4. 6. Domisili .....	42
Gambar 4. 7. Waktu pergi ke pasar .....	43
Gambar 4. 8. Intensitas pergi berbelanja ke pasar .....	44
Gambar 4. 9. Kendaraan yang digunakan .....	45
Gambar 4. 10. Pilihan belanja konsumen .....	47
Gambar 4. 11. Tujuan datang ke pasar .....	48
Gambar 4. 12. Kecenderungan berbelanja di pasar .....	49