

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESA..	5
2.1 Konsep Manajemen Pemasaran.....	5
2.2 Konsep Perilaku Konsumen.....	7
2.3 Konsep Segmentasi Pasar.....	10
2.3.1 Dasar-dasar Segmentasi Pasar.....	12
2.3.2 Manfaat Segmentasi Pasar.....	13

2.3.3 Kriteria Segmen Efektif.....	13
2.3.4 Pola Segmentasi Pasar.....	14
2.3.5 Tahap Dalam Proses Segmentasi Pasar.....	15
2.4 Segmentasi Demografis.....	16
2.4.1 Variabel Demografis.....	17
2.4.2 Manfaat Segmentasi Demografis.....	17
2.5 Segmentasi Psikografis.....	18
2.5.1 Metode Segmentasi Psikografis.....	20
2.5.2 Manfaat Segmentasi Psikografis.....	22
2.5.3 Pencarian Variasi.....	23
2.5.4 Tingkat Ke-inovatifan.....	25
2.6 Motif Emosional dan Rasional.....	26
2.7 Produk Symbolisme.....	27
2.8 Hipotesis.....	28
2.9 Model Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Lokasi Penelitian.....	31
3.2 Obyek Penelitian.....	32
3.3 Jenis Penelitian.....	32
3.4 Jenis Data.....	33
3.4.1 Jenis Data Menurut Sifatnya.....	33
3.4.2 Jenis Data Menurut Sumbernya.....	34
3.5 Populasi Dan Sampel Penelitian.....	34

3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.7 Definisi Operasional.....	35
3.8 Pengujian Instrumen.....	37
3.8.1 Uji Validitas.....	37
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.9 Pengukuran Data.....	39
3.10 Metode Analisis.....	40
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
4.1.1 Uji Validitas Kuesioner.....	42
4.2.2 Uji Reliabilitas Kuesioner.....	46
4.2 Analisis Deskriptif.....	46
4.2.1 Karakteristik Responden.....	47
4.2.1.1 Usia.....	47
4.2.1.2 Pendidikan.....	49
4.2.1.3 Profesi / Pekerjaan.....	50
4.2.1.4 Pengeluaran Rutin Per Bulan.....	52
4.2.1.5 Frekuensi Berbelanja.....	53
4.2.1.6 Uang Yang Digunakan.....	54
4.2.1.7 Persepsi Berbelanja.....	55
4.2.2 Analisis Kelompok Usia Terhadap Faktor Emosional	56
4.2.3 Analisis Kelompok Usia Terhadap Faktor Rasional	58
4.2.4 Analisis Kelompok Usia Terhadap Faktor Simbolik	59

4.2.5 Analisis Pengeluaran Per Bulan Terhadap Faktor Emosional	60
4.2.6 Analisis Pengeluaran Per Bulan Terhadap Faktor Rasional	62
4.2.7 Analisis Pengeluaran Per Bulan Terhadap Faktor Simbolik	64
4.3 Analisis Regresi dan Pengujian Hipotesis.....	65
4.3.1 Pengujian Hipotesis 1, 2, 3, 4, 5.....	65
4.3.2 Pengujian Hipotesis 6, 7, 8, 9, 10.....	69
4.3.3 Pengujian Hipotesis 11, 12, 13, 14, 15.....	73
4.4 Pembahasan.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Implikasi Manajerial.....	83
5.3 Saran Bagi Penelitian Mendatang.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Emosional dan Rasional	43
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Simbolik	44
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Pencarian Vasiasi	45
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Ke-inovatifan	45
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel	46
Tabel 4.6 Profil Usia Responden	48
Tabel 4.7 Latar Belakang Pendidikan Responden	49
Tabel 4.8 Profesi / Pekerjaan Responden	51
Tabel 4.9 Profil Pengeluaran Rutin Responden	52
Tabel 4.10 Frekuensi Berbelanja	54
Tabel 4.11 Uang Yang Dibelanjakan	55
Tabel 4.12 Persepsi Berbelanja – Menikmati , Bermanfaat, Menghibur	56
Tabel 4.13 Kelompok Usia Terhadap Faktor Emosional	57
Tabel 4.14 Kelompok Usia Terhadap Faktor Rasional	58
Tabel 4.15 Kelompok Usia Terhadap Faktor Simbolik	59
Tabel 4.16 Kelompok Pengeluaran Per Bulan Terhadap Faktor Emosional	61
Tabel 4.17 Kelompok Pengeluaran Per Bulan Terhadap Faktor Rasional	62
Tabel 4.18 Kelompok Pengeluaran Per Bulan Terhadap Faktor Simbolik	64
Tabel 4.19 Analisa Regresi Hipotesis 1, 2, 3, 4	65
Tabel 4.20 Uji F Untuk Hipotesis 5	68
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi Hipotesis 5	69



Tabel 4.22 Analisa Regresi Hipotesis 6, 7, 8, 9	70
Tabel 4.23 Uji F Untuk Hipotesis 10	72
Tabel 4.24 Koefisien Determinasi Hipotesis 10	73
Tabel 4.25 Analisa Regresi Hipotesis 11, 12, 13, 14	74
Tabel 4.26 Uji F Untuk Hipotesis 15	73
Tabel 4.27 Koefisien Determinasi Hipotesis 15	74

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1 Model Konseptual Perilaku Konsumen	9
Gambar 2.2 Tahapan Segmentasi Pasar	15
Gambar 2.3 Aktivitas Minat dan Opini	19
Gambar 2.4 The VALS Segmentation System	21
Gambar 2.5 Model Penelitian	30
Gambar 4.1 Profil Usia Responden	48
Gambar 4.2 Latar Belakang Pendidikan Responden	50
Gambar 4.3 Profesi / Pekerjaan Responden	51
Gambar 4.4 Profil Pengeluaran Rutin Responden	52
Gambar 4.5 Kelompok Usia terhadap Faktor Emosional	57
Gambar 4.6 Kelompok Usia terhadap Faktor Rasional	58
Gambar 4.7 Kelompok Usia terhadap Faktor Simbolik	60
Gambar 4.8 Kelompok Pengeluaran Per Bulan terhadap Faktor Emosional	61
Gambar 4.9 Kelompok Pengeluaran Per Bulan terhadap Faktor Rasional	63
Gambar 4.10 Kelompok Pengeluaran Per Bulan terhadap Faktor Simbolik	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner

- Lampiran 1. Tabel Karakteristik Responden
- Lampiran 2. Uji Validitas Faktor Emosional dan Rasional
- Lampiran 3. Uji Validitas Simbolik
- Lampiran 4. Uji Validitas Pencarian Variasi
- Lampiran 5. Uji Validitas Tingkat Ke-inovatifan
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas Faktor Emosional dan Rasional
- Lampiran 7. Uji Reliabilitas Simbolik
- Lampiran 8. Uji Reliabilitas Pencarian Variasi
- Lampiran 9. Uji Reliabilitas Tingkat Ke-inovatifan
- Lampiran 10. Hasil Kelompok Usia Terhadap Faktor Emosional
- Lampiran 11. Hasil Kelompok Usia Terhadap Faktor Rasional
- Lampiran 12. Hasil Kelompok Usia Terhadap Faktor Simbolik
- Lampiran 13. Hasil Kelompok Pengeluaran Per Bulan Terhadap Faktor Emosional
- Lampiran 14. Hasil Kelompok Pengeluaran Per Bulan Terhadap Faktor Rasional
- Lampiran 15. Hasil Kelompok Pengeluaran Per Bulan Terhadap Faktor Simbolik
- Lampiran 16. Uji Regresi Hipotesis 1
- Lampiran 17. Uji Regresi Hipotesis 2
- Lampiran 18. Uji Regresi Hipotesis 3