



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA *PERSONAL VALUES*  
DENGAN *SHOPPING ORIENTATION* PADA KONSUMEN  
PRODUK *FASHION* PAKAIAN DI JAKARTA**

**TESIS**

**BOBBY KEMULIAEN TARIGAN  
0806480315**

**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
JAKARTA  
JUNI 2010**



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA *PERSONAL VALUES*  
DENGAN *SHOPPING ORIENTATION* PADA KONSUMEN  
PRODUK *FASHION* PAKAIAN DI JAKARTA**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Magister Manajemen**

**BOBBY KEMULIAEN TARIGAN  
0806480315**

**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
KEKHUSUSAN MANAJEMEN PEMASARAN  
JAKARTA  
JUNI 2010**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Bobby Kemuliaen Tarigan**

**NPM : 0806480315**

**Tanda Tangan :**

**Tanggal :**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :  
Nama : **Bobby Kemuliaen Tarigan**  
NPM : 0806480315  
Program Studi : **Magister Manajemen**  
Judul Tesis : **Analisis Hubungan Antara *Personal Value* dengan *Shopping Orientation* Pada Konsumen Produk *Fashion Pakaian* di Jakarta**



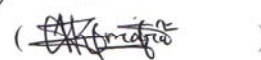
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Bambang Wiharto

Penguji : Bagio N. Karno, MBA

Penguji : Dr. Rima Agristina

()  
()  
()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal :

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir (Tesis) ini. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen program studi Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tesis ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tuaku tersayang yang selalu mendukung baik moril maupun material, kasih sayang kalian yang selalu membuat nyaman, doa, perhatian dan kesabaran yang kalian berikan yang tak pernah mati.
2. Rhenald Kasali, Ph.D. selaku ketua program Magister Manajemen Universitas Indonesia.
3. Dr. Bambang Wiharto, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan karya akhir ini;
4. Bagio N.Karno,MBA. dan Dr. Rima Agristina selaku dosen penguji
5. My beloved sista, kak Nana dan her husband, bang Tama buat doa dan dukungannya.
6. Lena, “sinar hatiku” yang sering aku bikin bête, marah, tapi selalu setia mendoakan dan mendukung aku,,,maaf ya dek.
7. Bibi cinta, Bibi uda, sepupu-sepupuku terutama Alm. dek Alan,,selamat jalan dek, tenanglah disampingNya.
8. Laskar bekasi (Shastia, Arvin, Tania),,,makasih tebengannya selama kuliah, makasih waktunya buat sharing dan curhat di mobil, makasih buat becanda bareng, males ngerjain tugas bareng, serta kebersamaan kita lainnya,,,keep our friendship yak!!!

9. Ibuk Dhani, bou Ika, Dewi-nta iyushita, Rio-lita, Yoga, dan teman-teman D082 yang telah membantu saya dalam menyelesaikan perkuliahan dan karya akhir ini,,,sukses juga ya buat kalian.
10. Kak are, kak Wita, miss SriM, kak Nita, Leni, Nita, Wantra, Bang Yoan, Kiki, tarle Budi, dan semua temen-temen permata
11. Sahabat gila, Ipong yang sama-sama lulus juga, tapi bedanya kamu akhirnya lulus S1,,hehehe,,
12. Teman-teman angkatan 2003 TI Undip
13. Teman-teman reuni SMP di Jakarta
14. Dosen pengajar MMUI, yang telah membagi ilmunya;
15. Karyawan dan karyawanati MMMUI yang telah banyak membantu dalam penyelesaian perkuliahan selama di MMUI.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis ini dapat memberi sumbangan ilmu pengetahuan untuk Universitas Indonesia.

Jakarta, Juli 2010

Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bobby Kemuliaen Tarigan  
NPM : 0806480315  
Program Studi: Magister Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Jenis Karya : Tesis

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Analisis Hubungan Antara *Personal Value* dengan *Shopping Orientation* Pada Konsumen Produk *Fashion Pakaian* di Jakarta**

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta sah sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : Juli 2010  
Yang menyatakan

(Bobby Kemuliaen Tarigan)

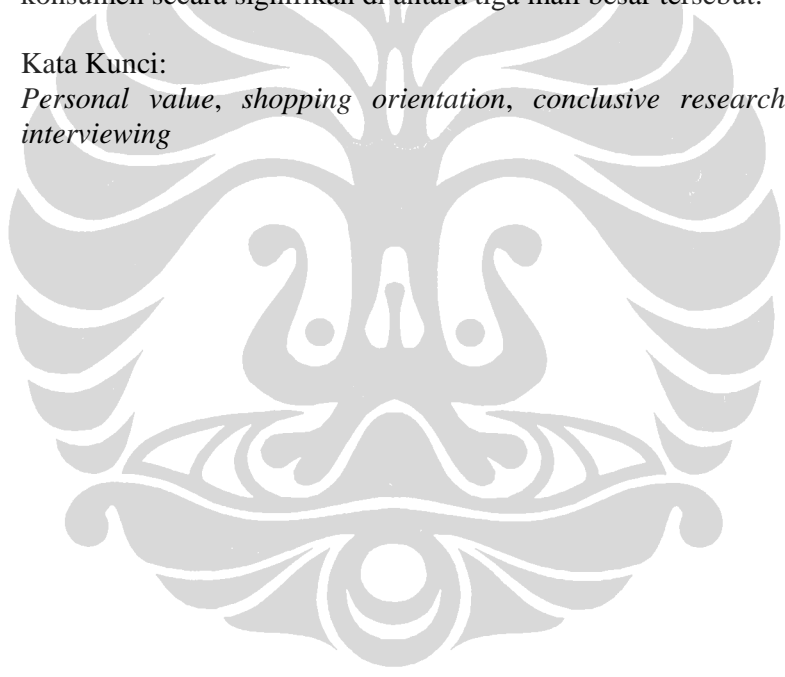
## ABSTRAK

Nama : Bobby Kemuliaen Tarigan  
Program Studi : Magister Manajemen  
Judul : Analisis Hubungan Antara *Personal Value* dengan *Shopping Orientation* Pada Konsumen Produk *Fashion Pakaian* di Jakarta

Tesis ini membahas analisis hubungan antara *personal value* dengan *shopping orientation* pada konsumen di Jakarta dalam pembelian produk fashion pakaian. Penelitian ini bersifat *conclusive research design* dengan menggunakan metode *survey personal interviewing* di Mall Taman Anggrek, Mall Kelapa Gading, dan Pondok Indah Mall 2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak seluruhnya variabel pada *personal value* konsumen Jakarta di tiga mall tersebut berkorelasi secara positif dan signifikan dengan orientasi mereka untuk berbelanja pakaian baik secara langsung maupun tidak langsung. Namun, tidak ada perbedaan ciri konsumen secara signifikan di antara tiga mall besar tersebut.

Kata Kunci:

*Personal value, shopping orientation, conclusive research design, personal interviewing*





## ABSTRACT

Name : Bobby Kemuliaen  
Study Program : Magister Manajemen  
Title : Analysis of Relationship Between The Personal Value and Shopping Orientation on Fashion Product Consumers In Jakarta

The focus of this study is to analyze the relationship of personal value and shopping orientation of consumers in Jakarta to buy apparel fashion product. This research is conclusive research design with using personal interviewing survey model in Taman Anggrek Shopping Centre, Kelapa Gading Shopping Centre, and Pondok Indah 2 Shopping Centre. The researcher shows that not all variables of personal value positively correlate and significant with their orientation to buy apparel neither direct effect or indirect effect. However, the researcher shows that characteristic of consumers in three shopping centres is not difference significantly.

Key words:

Personal value, shopping orientation, conclusive research design, personal interviewing

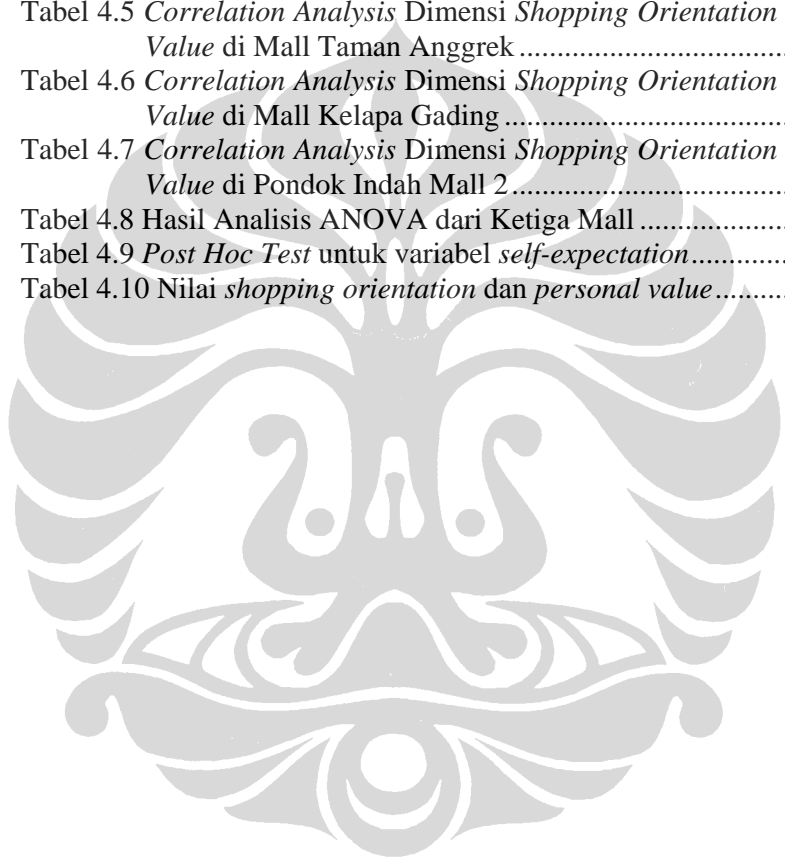
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR RUMUS .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>1. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Batasan Penelitian .....	4
1.5. Sistematika Penulisan .....	5
<b>2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1. Pemasaran .....	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	7
2.1.2. Konsep-Konsep Inti Pemasaran .....	7
2.1.3. Faktor yang Mempengaruhi Investasi .....	8
2.2. Teori Perilaku Konsumen .....	9
2.3. Proses Pengambilan Keputusan .....	10
2.3.1. Tahap Pengenalan Masalah ( <i>Problem Recognition</i> ) .....	10
2.3.2. Pencarian Informasi ( <i>Search</i> ) .....	11
2.3.2.1 <i>Internal Search</i> .....	12
2.3.2.2 <i>External Search</i> .....	12
2.3.2.3 <i>Perception dan Attention</i> .....	14
2.3.3. Evaluasi dan Seleksi ( <i>Alternative Evaluation</i> ).....	16
2.3.3.1 <i>Belief</i> .....	17
2.3.3.2 <i>Attitudes</i> .....	17
2.3.4. Pembelian dan Pemilihan Tempat Membeli ( <i>Choice</i> ) .....	18
2.4. Fashion .....	19
2.4.1. Pengertian Fashion .....	19
2.4.2. Fashion Dalam Pakaian.....	20
2.5. <i>Shopping Orientation</i> .....	22
2.6. <i>Personal Value</i> .....	24
<b>3. METODOLOGI, KONSTRUK, DAN INDIKATOR PENELITIAN 27</b>	
3.1. Desain Penelitian .....	27
3.2. Variabel dan Prosedur Penelitian .....	27
3.2.1 Variabel Penelitian .....	27

3.2.2	Prosedur Penelitian .....	32
3.3	Metodologi Pengambilan Sampel dan Teknik Pengumpulan Data ....	32
3.3.1	Target Populasi .....	32
3.3.2	Metode Pengumpulan Data .....	32
3.3.3	Metode Pengambilan Sampel.....	33
3.3.4	Desain Kuesioner .....	33
3.3.4.1	Kerangka Kuesioner.....	33
3.3.4.2	Format Pertanyaan .....	34
3.3.4.3	Skala Jawaban .....	34
3.4	Pengolahan dan Analisis Data .....	35
<b>4.</b>	<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1.	Faktor Analisis Tiap Analisis.....	41
4.2.	<i>Correlation Analyssis</i> .....	67
4.3.	Analisis ANOVA .....	81
4.4.	Nilai <i>Shopping Orientation</i> dan <i>Personal Value</i> dari Hasil Penelitian	85
4.5.	Implikasi Manajerial .....	88
4.6.	Keterbatasan Penelitian .....	92
<b>5.</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
5.1.	Kesimpulan.....	93
5.2.	Saran .....	94
	<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>95</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	

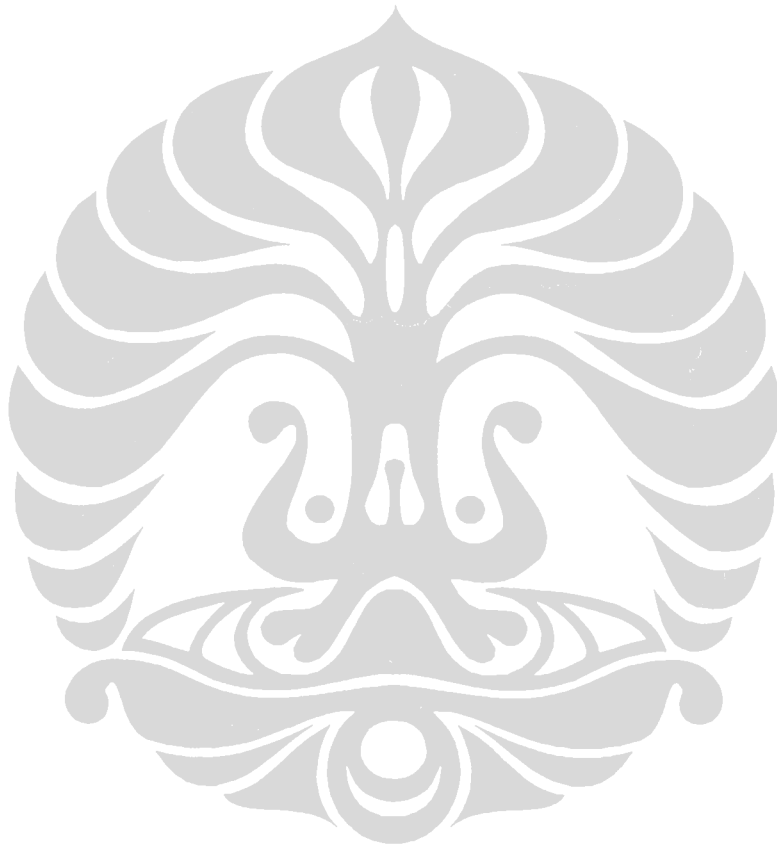
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Nama Mall Beserta Lokasinya di Jakarta .....	3
Tabel 2.1 <i>Terminal</i> dan <i>Instrumental Value</i> .....	25
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator .....	28
Tabel 3.2 Skala Likert.....	34
Tabel 4.1 Faktor Analisis Variabel di Mall Taman Angrek.....	42
Tabel 4.2 Faktor Analisis Variabel di Mall Kelapa Gading.....	49
Tabel 4.3 Faktor Analisis Variabel di Pondok Indah Mall 2 .....	56
Tabel 4.4 Faktor Analisis Variabel dari Ketiga Mall.....	61
Tabel 4.5 <i>Correlation Analysis</i> Dimensi <i>Shopping Orientation</i> Terhadap <i>Personal Value</i> di Mall Taman Angrek .....	68
Tabel 4.6 <i>Correlation Analysis</i> Dimensi <i>Shopping Orientation</i> Terhadap <i>Personal Value</i> di Mall Kelapa Gading .....	70
Tabel 4.7 <i>Correlation Analysis</i> Dimensi <i>Shopping Orientation</i> Terhadap <i>Personal Value</i> di Pondok Indah Mall 2 .....	72
Tabel 4.8 Hasil Analisis ANOVA dari Ketiga Mall .....	82
Tabel 4.9 <i>Post Hoc Test</i> untuk variabel <i>self-expectation</i> .....	84
Tabel 4.10 Nilai <i>shopping orientation</i> dan <i>personal value</i> .....	85



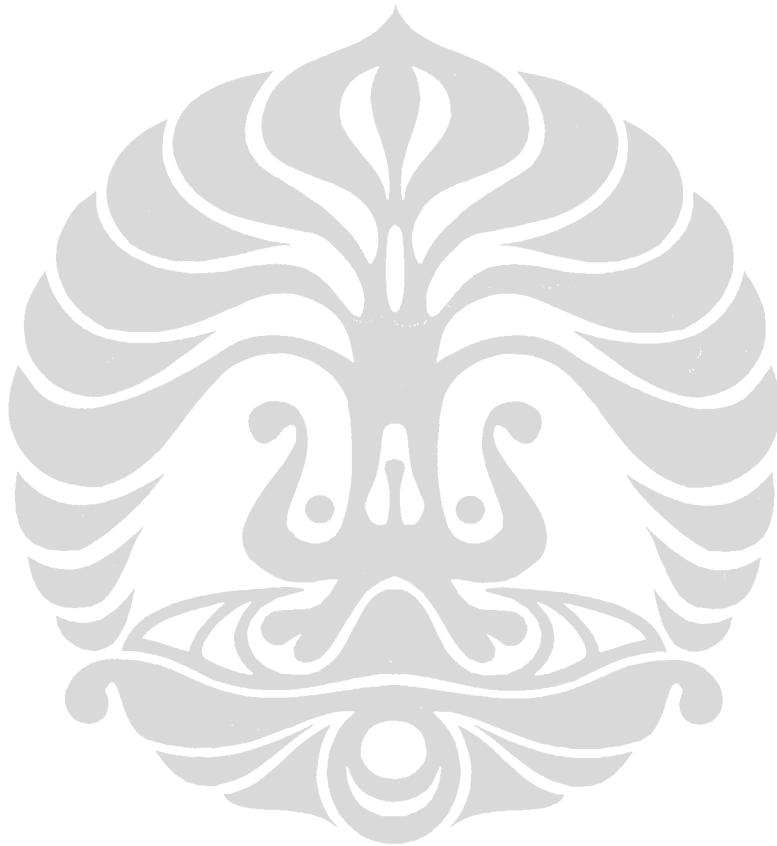
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model <i>Consumer Information Processing</i> .....	15
Gambar 3.1 Model Penelitian (Model Korelasi).....	32



## DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Faktor Model .....	36
Rumus 3.2 <i>Product Moment Correlation</i> .....	37
Rumus 3.3 Dekomposisi dari Total Variasi .....	38
Rumus 3.4 Estimasi dari Variansi Populasi Y .....	39
Rumus 3.5 <i>F-statistic</i> .....	40



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	97
Lampiran 2. Profil Responden .....	101
Lampiran 3. Hasil Output Factor Analysis .....	109
Lampiran 4. Hasil Output ANOVA Analysis .....	136

