

**PENGARUH *SELF DIRECTED VALUES* DAN  
*SOCIAL AFFILIATION VALUES* TERHADAP  
*FUNCTIONAL NEEDS* SERTA IMPLIKASI  
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN PAKAIAN  
WANITA**

**(STUDI KASUS PADA KONSUMEN MATAHARI DEPARTMENT  
STORE, CBD CILEDUK TANGERANG)**

**SKRIPSI**

**Program Studi Manajemen – Strata 1**

**Nama : Tiwi Saptya Afriyanti**

**NIM : 43110010100**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2014**

**PENGARUH PENGARUH *SELF DIRECTED  
VALUES* DAN *SOCIAL AFFILIATION VALUES*  
TERHADAP *FUNCTIONAL NEEDS* SERTA  
IMPLIKASI TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN  
PAKAIAN WANITA**

**(STUDI KASUS PADA KONSUMEN MATAHARI DEPARTMENT  
STORE, CBD CILEDUK TANGERANG)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : Tiwi Saptya Afriyanti

NIM : 43110010100



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2014

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tiwi Saptya Afriyanti

NIM : 43110010100

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat ( penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 14 Juni 2014



**( Tiwi Saptya Afriyanti)**

**NIM : 43110010100**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


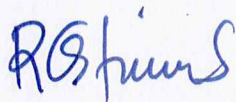
Nama : Tiwi Saptya Afriyanti  
NIM : 43110010100  
Program Studi : Manajemen S1  
Judul Skripsi : *PENGARUH SELF DIRECTED VALUES DAN SOCIAL AFFILIATION VALUES TERHADAP FUNCTIONAL NEEDS SERTA IMPLIKASI TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN PADA PAKAIAN WANITA DI MATAHARI DEPARTMENT STORE CBD CILEDUK TANGERANG*

Tanggal Lulus Ujian : 10 Juli 2014

Disahkan Oleh:

**Pembimbing Skripsi**

**Ketua Penguji**



**Dr. Rina Astini, SE, MM**

**Endi Rekarti, SE, ME**

Tanggal : 20/7 2014

Tanggal : 17-7-2014

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Ketua Program S1 Manajemen**



**Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA**

**Dr. Rina Astini, SE, MM**

Tanggal : 20-7-2014

Tanggal : 20/7 2014

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan pada kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Self Directed Values* dan *Social Affiliation Values* terhadap *Functional Needs* serta Implikasinya terhadap Perilaku Pembelian Pakaian Wanita di Matahari Department Store”**. Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.

Walaupun penulis telah berusaha sebaik-baiknya dalam penulisan ini namun dengan terbatasnya ilmu pengetahuan yang dimiliki serta terbatasnya waktu untuk mendapatkan data, maka penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Penulis tetap berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada segenap pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Untaian terima kasih yang dalam penulis tujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.



3. Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana sekaligus dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, nasehat yang diberikan kepada penulis.
4. Bapak Mochamad Rizki Sadikin, BBA., MBA selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan saran, dan motivasi kepada penulis.
5. Segenap Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
6. Khususnya kepada kedua orang tua Ibu dan Ayahku tercinta yang telah memberikan kasih sayang, nasehat, motivasi dan semangat dalam meraih cita-cita dan telah mendo'akan penulis dalam menempuh pendidikan, serta memberikan bantuan moril maupun materil dengan penuh keikhlasan dan kesabaran yang tak terhingga, sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan.
7. Kepada adikku Fitri Milliandini terima kasih atas motivasi dan doa yang dicurahkan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Sahabat-sahabatku (Siti Nofiani, Mira Mismaya, Desi Marsiyanti, Santi Nurjanah, Niki Oktavia, Reviska Afwinda dan Novelia Yank Sumekar) Terima kasih atas doa dan dukungannya kepada penulis.

Suka dan duka kita selalu bersama dari awal kuliah hingga saat ini, semuanya tidak akan terlupakan kenangan indah bersama kalian.

9. Untuk teman-teman satu bimbingan skripsi (Nurul dan Chua) banyak pelajaran yang kita dapat selama mengerjakan skripsi ini.

10. Seluruh angkatan 2010 Manajemen S1 yang telah bersama – sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis berharap semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, Juli 2014

Tiwi Saptya Afriyanti



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
ABSTRAK .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Pembatasan Masalah .....	6
1.4 Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....	7
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	7
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	8
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	8
2.1.3 Values .....	9
2.1.3.1 Self Directed Values dan Social Affiliation Values.....	9
2.1.4 Needs .....	13
2.1.4.1 Functional Needs .....	14
2.1.5 Perilaku Pembelian .....	15



2.2 Kerangka Pemikiran .....	20
2.3 Hipotesis .....	21

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	22
3.1.1 Waktu Penelitian .....	22
3.1.2 Tempat Penelitian .....	22
3.2 Desain Penelitian .....	22
3.3 Definisi dan Operasional Variabel .....	23
3.4 Pengukuran Variable .....	25
3.5 Populasi dan Sample penelitian .....	25
3.6 Tehnik Pengumpulan Data .....	26
3.6.1 Data Primer .....	26
3.7 Metode Analisis Data .....	27
3.8 Uji Instrument .....	33

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum .....	35
4.2 Statistik Deskriptif .....	36
4.2.1 Responden Menurut Usia .....	37
4.2.2 Responden Menurut Pendidikan Terakhir .....	38
4.2.3 Responden Menurut Status Pernikahan .....	38
4.3 Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian .....	39
4.3.1 Hasil Uji Validitas Variabel .....	39
4.3.1.1 Variabel <i>Self Directed Values</i> .....	39
4.3.1.2 Variabel <i>Social Affiliation Values</i> .....	40
4.3.1.3 Variabel <i>Functional Needs</i> .....	40
4.3.1.4 Variabel Perilaku Pembelian .....	40
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	41

4.4 Uji Model Pengukuran SEM .....	41
4.4.1 Variabel <i>Self Directed Values</i> .....	41
4.4.2 Variabel <i>Social Affiliation Values</i> .....	42
4.4.3 Variabel <i>Functional Needs</i> .....	43
4.4.4 Variabel Perilaku Pembelian.....	44
4.4.5 Keseluruhan Variabel .....	45
4.4.6 Uji Model Struktural.....	47
4.5 Pengujian Hipotesis.....	49
4.6 Pembahasan .....	50
 <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan.....	53
5.2 Saran .....	55
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	
Lampiran 1 Kuesioner .....	59
Lampiran 2 Data Penelitian .....	63

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Department Store Terkemuka .....	3
Tabel 1.2 Top Brand Awards 2013.....	4
Tabel 1.3 Laba Bersih Matahari Department Store 2013 .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....	19
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	23
Tabel 3.2 Indeks Pengujian Kelayakan Model.....	32
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Self Directed Values.....	39
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Social Affiliation Values .....	40
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Functional Needs.....	40
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Perilaku Pembelian.....	40
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Pengukuran Kecocokan Keseluruhan Model .....	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Pengukuran Kecocokan Model Struktural.....	48
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	21
Gambar 4.1 Karakteristik Responden menurut Usia .....	37
Gambar 4.2 Karakteristik Responden menurut Pendidikan.....	38
Gambar 4.3 Karakteristik Responden menurut Status Pernikahan.....	38
Gambar 4.4 Model Pengukuran Variabel Self Directed Values.....	42
Gambar 4.5 Model Pengukuran Variabel Social Affiliation Values .....	42
Gambar 4.6 Model Pengukuran Variabel Functional Needs.....	43
Gambar 4.7 Model Pengukuran Variabel Perilaku Pembelian.....	44
Gambar 4.8 Model Pengukuran Keseluruhan Variabel .....	45
Gambar 4.9 Model Pengukuran Struktural Variabel .....	47

