



**ANALISIS GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI
PAKAIAN GOLF DI BOUTIQUE NINETEENTH HOLE
JAKARTA**

KARYA AKHIR

**OLEH
DIYANDARI
55106110016**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2009**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis gaya hidup dan minat beli pakaian golf di boutique Nineteenth Hole Jakarta. Pengambilan 100 responden dilakukan secara *random sampling dan kuestioner*.

Penelitian ini menggunakan metode VALS untuk mengukur gaya hidup responden dengan menggunakan, seperti: *Experiencers*, *Striver*, *Thinkers*, *achievers*, *Makers*, *Believers*, *Survivor and Innovator*, sebagai variabel independen, dan minat beli seperti, mereknya, warnanya, harganya dan bahanya sebagai variabel dependen.

Setelah pengujian variabel-variabel dengan menggunakan “SPSS 17.0 *for windows*”, ditemukan bahwa customization (H_1) memiliki nilai pengujian 14.833 > t tabel sebesar 16.92 sehingga H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak yang artinya ternyata tidak ada pengaruh antara gaya hidup dengan minat beli konsumen terhadap pakaian golf di boutique Nineteenth Hole Jakarta.

Hasil analisa ini akan life style dan minat beli mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen.. Penelitian tersebut diharapkan dapat berguna bagi boutique Nineteenth Hole Jakarta untuk mencari pangsa pasar dan segmentasi. Dari hasil yang didapat dari karakteristik konsumen golfer tentunya dapat di jadikan segmentasi untuk merambah pasar yang lebih luas dari keinginan dan kebutuhan seorang golfer. Dan dapat merambah pangsa pasar yang baik di seluruh wilayah Indonesia.

PENGESAHAN

Judul : **Analisa Gaya Hidup terhadap Minat Beli Pakaian
Golf di Boutique Nineteenth Hole Jakarta**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis.

Nama : Diyandari

NIM : 55106110016

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen.

Tanggal : Agustus 2009

Mengesahkan

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Dr. Ir. Har Adi Basri M.Ec.

Pembimbing

Dr. Mustika S. Purwanegara, Ir., MSc.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Analisa Gaya Hidup terhadap Minat Beli Pakaian Golf di Boutique Nineteenth Hole Jakarta**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis.

Nama : Diyandari

NIM : 55106110016

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen.

Tanggal : Agustus 2009

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengelolahannya digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Agustus 2009

Diyandari

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, penulis mengucapkan puji serta syukur kehadirat Allah SWT yang maha besar, maha pengasih yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa pula shalawat serta salam kepada Rosullulah Nabi Muhammad SAW yang telah mengajarkan Al Qur'an dan Hadist sebagai pedoman hidup sampai akhir zaman.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan karya akhir ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis telah berusaha semaksimal mungkin agar tesis ini dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Har Adi Basri M.Ec selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen.
2. Ibu Dr. Mustika S. purwanegara, Ir., Msc. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah sabar dan meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan yang sangat berharga selama penyusunan tugas akhir ini.
3. Para dosen dan karyawan Universitas Mercu Buana Menteng yang banyak membantu dalam proses perkuliahan.
4. Bapak Denandari (alm) '*Papa ku*' dan Ibu Suparmi '*Mama ku*', Elly Wilandari '*Adik ku*' yang telah memberikan kasih sayang, bantuan, serta dorongan baik moril maupun materil juga do'a dengan penuh keikhlasan.

5. Saut Batara S, Endah, Nuraeni, dan teman-teman program Pasca Sarjana MM Mercu Buana Angkatan 8 yang telah banyak memberikan masukan serta dorongan kepada penulis.
6. Mr Pedro Limardo, Bpk Jimmy Janto dan juga teman-teman kerja di Boutique Management yang telah memberikan semangat dan do'a dalam menyelesaikan karya akhir ini.

Akhir kata, besar harapan tesis ini bisa diterima dan bermanfaat bagi kita semua. Segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan bagi penulis. Atas perhatian dan kerja samanya penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, Agustus 2009

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
II DESKRIPSI PRODUK	
2.1 Sekilas Mengenal Olah Raga Golf.....	6
2.1 Pakaian Olah-raga Golf.....	7
2.2 Tentang Boutique.....	9
2.2.1 Visi-misi.....	9
2.2.2 Produk.....	10
III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
3.1 Kajian Pustaka.....	12
3.1.1 Teori pemasaran.....	12
3.1.2 Strategi Pemasaran.....	13
3.1.3 Model Perilaku Konsumen.....	15
3.1.3.1 Faktor internal dan eksternal perilaku konsumen.....	17
3.1.4 Gaya Hidup.....	20
3.1.5 Minat Beli.....	25
3.1.6 Proses Pengambilan Keputusan.....	27
3.1.6.1 Proses Pengambilan Keputusan.....	27
3.1.6.2 Topologi Pengambilan Keputusan.....	29
3.1.6.3 Empat Tipe Pembelian Keputusan Konsumen.....	31
3.1.6.4 Pengambilan Keputusan Konsumen.....	33
3.2 Kerangka Pemikiran.....	34
3.3 Hipotesis.....	35

IV	METODOLOGI PENELITIAN	
4.1	Objek Penelitian.....	36
4.2	Metodologi Penelitian.....	36
4.2.1	Jenis Penelitian.....	36
4.2.2	Tehnik Pengumpulan Data.....	37
4.2.3	Populasi dan Sample.....	37
4.2.4	Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	38
4.2.5	Tehnik analisis.....	40
4.2.6	Rencana Kegiatan Penelitian.....	43
V	HASIL DAN ANALISIS	
5.1	Hasil Penleitian.....	45
5.1.1	Profil Responden.....	45
5.1.1.1	Usia Responden.....	45
5.1.1.2	Pekerjaan Responden.....	47
5.1.2	Menentukan Gaya Hidup.....	49
5.1.3	Menentukan Minat.....	51
5.1.3.1	Minat Responden Belanja.....	52
5.1.3.2	Minat Responden Terhadap Apparel.....	52
5.1.3.3	Minat Responden.....	58
5.2	Analisa	54
5.2.1	Analisa Crostabulation hubungan gaya hidup dan minat belanja.....	54
5.2.2	Analisa Chi-square hubungan gaya hidup dan minat belanja.....	56
5.2.3	Analisa Crostabulation hubungan gaya hidup dan minat beli.....	58
5.2.4	Analisa Chi-square hubungan gaya hidup dan minat beli.....	59
VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1	Kesimpulan.....	64
6.2	Saran.....	65
	DAFTAR PUSTAKA.....	68
	LAMPIRAN.....	69
	RIWAYAT HIDUP.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Model Perilaku Konsumen.....	16
Gambar 3.2	Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4.1	VALS FRAMEWORK.....	41
Gambar 5.1	Diagram Usia Responden.....	46
Gambar 5.2	Diagram Pekerjaan Responden.....	48
Gambar 5.3	Diagram Gaya Hidup Respoenden.....	49
Gambar 5.4	Diagram Responden akan minatnya belanja apparel.....	52
Gambar 5.5	Diagram Responden akan minatnya	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2	Hasil Frequency Usia Respoenden.....	73
Lampiran 3	Hasil Frequency Pekerjaan Respoenden.....	74
Lampiran 4	Hasil Frequency Gaya Hidup.....	75
Lampiran 5	Hasil Frequency Minat.....	76
Lampiran 6	Hasil Frequency Kunjungan Responden.....	77
Lampiran 7	Hasil Crostabulation.....	78
Lampiran 8	Bar Chart Hasil Crosatbulation.....	79
Lampiran 9	Table of Chi-square.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Operational Variabel.....	39
Tabel 5.1	Costabulation Antara Gaya Hidup dan Minatnya.....	55
Tabel 5.2	Chi-Square Test antara Gaya Hidup dengan Minatnya.....	57
Tabel 5.3	Crsotabulation Gaya Hidup dan Produk sebagai Preferensinya.....	59
Tabel 5.4	Chi-Square Hubungan Gaya Hidup dengan Minatnya sebagai Preferensinya....	60
Tabel 5.5	Kasifikasi Responden Berdasarkan Gaya Hidup dan Minat Beli.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2	Hasil Frequency Usia Respoenden.....	73
Lampiran 3	Hasil Frequency Pekerjaan Respoenden.....	74
Lampiran 4	Hasil Frequency Gaya Hidup.....	75
Lampiran 5	Hasil Frequency Minat.....	76
Lampiran 6	Hasil Frequency Kunjungan Responden.....	77
Lampiran 7	Hasil Crostabulation.....	78
Lampiran 8	Bar Chart Hasil Crosatbulation.....	79
Lampiran 9	Table of Chi-square.....	80