



***PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *PACKAGING* DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP *GIFT GIVING BEHAVIOR*
MELALUI *SENTIMENTAL VALUE* PADA
MAINAN MEREK PRETTY MISSY***

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
YAYUK BUDHI ARSIH
55122110100
MERCU BUANA

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2024**



***PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *PACKAGING* DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP *GIFT GIVING BEHAVIOR*
MELALUI *SENTIMENTAL VALUE* PADA
MAINAN MEREK *Pretty Missy****

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
YAYUK BUDHI ARSIH
55122110100
MERCU BUANA

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2024**

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*


Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Yayuk Budhi Arsih
NIM : 55122110100
Program Studi : Magister Manajemen (MM)

dengan judul

“Pengaruh Product Quality, Packaging dan Brand Image Terhadap Gift Giving Behavior Melalui Sentimental Value Pada Mainan Merek Pretty Missy”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 26/7/2024, didapatkan nilai persentase sebesar 27 %.

Jakarta, 26. Juli 2024
Administrator Turnitin


Aric Pangudi, A.Md

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Product Quality, Packaging* Dan *Brand Image* Terhadap *Gift Giving Behavior* Melalui *Sentimental Value* Pada Mainan Merek Pretty Missy

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Yayuk Budhi Arsih

NIM : 55122110100

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 13 Agustus 2024

Mengesahkan,
Pembimbing



Dr. Yuli Harwani, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi magister Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak



Dr. Lenny Chistina Nawangsari, MM.

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Pengaruh *Product Quality, Packaging Dan Brand Image Terhadap Gift Giving Behavior Melalui Sentimental Value* Pada Mainan Merek Pretty Missy

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Yayuk Budhi Arsih

NIM : 55122110100

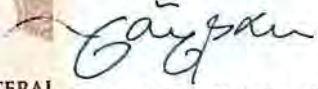
Program : Magister Manajemen

Tanggal : 13 Agustus 2024

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetakan dengan Surat Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan dengan memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 13 Agustus 2024


METERAI TEMPEL
Yayuk Budhi Arsih
CBF0DALX206190679

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul **“Pengaruh *Product Quality, Packaging dan Brand Image Terhadap Gift Giving Behavior Melalui Sentimental Value Pada Mainan Merek Pretty Missy*”**. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Ibu Dr. Yuli Harwani, M.M selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Tesis ini. Penyusunan Tesis ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, M.M selaku Ketua Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
4. Dudi Permana, ST, MM, Ph.D, selaku ketua penguji ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan Tesis ini.
5. Dr. Aldina Shiratina, SE, M.Si, selaku dosen penguji ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan dan saran agar Tesis ini menjadi lebih baik.
6. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang saya yakini sudah tenang dan bahagia disisinya, kakak tersayang Elok Kusuma Rahayu, keluarga besar PT. Toys Games Indonesia Ibu Tasya Widya Krisnadi, Ibu Janny Halim, Ibu Ellen Widodo, Bapak Bart Nureka, Ibu E. Maria Revy, Ibu Kania, Ibu Octaviani, seluruh sivitas akademika MM UMB yang telah banyak membantu selama menempuh masa pendidikan, para sahabat yang tidak

dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat, doa, dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 13 Agustus 2024

Yayuk Budhi Arsih



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	23
1.3 Tujuan Penelitian.....	25
1.4 Kontribusi Penelitian.....	26
1.4.1 Kontribusi Teoritis.....	26
1.4.2 Kontribusi Praktis.....	26
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	27
2.1 Kajian Teori.....	27
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	27
2.1.2 <i>Social Exchange Theory</i>	28
2.1.3 <i>Gift Giving Behavior</i>	30
2.1.3.1 Pengertian <i>Gift Giving Behavior</i>	30
2.1.3.2 Dimensi <i>Gift Giving Behavior</i>	31
2.1.3.3 Faktor yang Mempengaruhi <i>Gift Giving Behavior</i>	33
2.1.4 <i>Product Quality</i>	34
2.1.4.1 Pengertian <i>Product Quality</i>	34
2.1.4.2 Dimensi <i>Product Quality</i>	35
2.1.4.3 Faktor yang Mempengaruhi <i>Product Quality</i>	38

2.1.5	<i>Packaging</i>	39
2.1.5.1	Pengertian <i>Packaging</i>	39
2.1.5.2	Dimensi <i>Packaging</i>	40
2.1.5.3	Faktor yang Mempengaruhi <i>Packaging</i>	40
2.1.6	<i>Brand Image</i>	41
2.1.6.1	Pengertian <i>Brand Image</i>	41
2.1.6.2	Dimensi <i>Brand Image</i>	42
2.1.6.3	Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i>	43
2.1.7	<i>Sentimental Value</i>	45
2.1.7.1	Pengertian <i>Sentimental Value</i>	45
2.1.7.2	Dimensi <i>Sentimental Value</i>	46
2.1.7.3	Faktor yang Mempengaruhi <i>Sentimental Value</i>	48
2.2	Penelitian Terdahulu.....	50
2.3	Pengembangan Hipotesis.....	58
2.4	Kerangka Penelitian	65
2.5	Hipotesis	65
BAB III METODE PENELITIAN		67
3.1	Desain Penelitian	67
3.2	Definisi dan Operasional Variabel	67
3.2.1	Definisi Naratif.....	67
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	68
3.3	Populasi dan Sampel.....	71
3.3.1	Populasi	71
3.3.2	Sampel	72
3.4	Metode Pengumpulan Data	73
3.5	Metode Analisis Data	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		80
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	80
4.1.1	Sejarah Singkat Pretty Missy.....	80
4.1.2	Visi dan Misi	81
4.2	Statistik Deskriptif.....	82

4.2.1	Analisis Deskriptif Responden	83
4.2.2	Analisis Deskriptif Pertanyaan Kuesioner.....	87
4.3	Hasil Uji Kualitas Data.....	93
4.3.1	Evaluasi Outer Model.....	93
4.3.2	Evaluasi Inner Model	98
4.3.3	Uji Hipotesis.....	100
4.4	Pembahasan	104
4.4.1	Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Sentimental Value</i>	104
4.4.2	Pengaruh <i>Packaging</i> Terhadap <i>Sentimental Value</i>	105
4.4.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Sentimental Value</i>	107
4.4.4	Pengaruh <i>Sentimental Value</i> Terhadap <i>Gift Giving Behavior</i> 108	
4.4.5	Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Gift Giving Behavior</i> ..	110
4.4.6	Pengaruh <i>Packaging</i> Terhadap <i>Gift Giving Behavior</i>	111
4.4.7	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Gift Giving Behavior</i>	113
4.4.8	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Gift Giving Behavior</i> dengan <i>Sentimental Value</i> sebagai Variabel Intervening	114
4.4.9	Pengaruh <i>Packaging</i> Terhadap <i>Gift Giving Behavior</i> dengan <i>Sentimental Value</i> Sebagai Variabel Intervening	116
4.4.10	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Gift Giving Behavior</i> dengan <i>Sentimental Value</i> sebagai Variabel Intervening.....	117
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		119
5.1	Kesimpulan.....	119
5.2	Saran	121
DAFTAR PUSTAKA		124
LAMPIRAN		135

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Penelitian Pendahuluan	13
Tabel 1.2	Penjualan Mainan dan Permainan	15
Tabel 1.3	Perkiraan Penjualan Mainan dan Permainan berdasarkan Kategori...	15
Tabel 1.4	<i>Competitive Landscape Toys Retail dan Non Toys Retail</i>	16
Tabel 3.1	Operasional Variabel	68
Tabel 3.2	Rincian Jumlah Pelanggan Berdasarkan Transaksi Pada Ritel TK di Wilayah Jabodetabek.....	71
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas <i>Gift Giving Behavior</i>	75
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas <i>Product Quality</i>	75
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas <i>Packaging</i>	76
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i>	76
Tabel 3.7	Hasil Uji Validitas <i>Sentimental Value</i>	76
Tabel 4. 1	Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Pemberi Hadiah	83
Tabel 4.2	Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pemberi Hadiah	83
Tabel 4.3	Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	84
Tabel 4.4	Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	84
Tabel 4.5	Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	85
Tabel 4.6	Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Penerima Hadiah.....	85
Tabel 4.7	Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Penerima Hadiah	86
Tabel 4.8	Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Budget Khusus untuk Membeli Mainan Sebagai Hadiah	86
Tabel 4.10	Analisis Deskriptif Jawaban Responden Pada Variabel <i>Product Quality</i>	88
Tabel 4.11	Analisis Deskriptif Jawaban Responden Pada Variabel <i>Packaging</i>	89

Tabel 4.12	Analisis Deskriptif Jawaban Responden Pada Variabel <i>Brand Image</i>	90
Tabel 4.13	Analisis Deskriptif Jawaban Responden Pada Variabel <i>Sentimental Value</i>	91
Tabel 4.14	Analisis Deskriptif Jawaban Responden pada Variabel <i>Gift Giving Behavior</i>	92
Tabel 4.15	Uji Validitas <i>Loading Factor</i>	94
Tabel 4.16	Uji Validitas <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	96
Tabel 4.17	Uji Validitas <i>Cross-Loading</i>	96
Tabel 4.18	Uji Reliabilitas.....	98
Tabel 4.19	Uji Koefisien Determinasi (R-Square)	98
Tabel 4.20	Uji Q-Square.....	99
Tabel 4.21	Uji Hipotesis.....	100



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Top List Christmas Gift</i>	3
Gambar 1.2 Kemasan <i>Window Box</i> Tanpa Mika.....	9
Gambar 1.3 <i>Kemasan Window Box Dengan Mika</i>	10
Gambar 1.5 Kemasan <i>Blind Box</i>	11
Gambar 1.6 Piramida Penduduk Indonesia tahun 2022	17
Gambar 1.7 Kategori Mainan <i>Pretty Missy</i>	20
Gambar 1.8 Kontribusi Penjualan <i>Pretty Missy</i> 2019-2022.....	22
Gambar 1.9 Pertumbuhan Transaksi Penjualan Per-Tahun.....	22
Gambar 1.10 Pertumbuhan Penjualan Per-Tahun	23
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	65
Gambar 4.1 Outer Model.....	94
Gambar 4.2 Inner Model	100



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	135
Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner	144
Lampiran 3. Karakteristik Identitas Responden	172
Lampiran 4. Analisis Deskriptif	175
Lampiran 5. Hasil <i>Output</i> (Pls-Sem)	181
Lampiran 6. Hasil Turnitin	187



UNIVERSITAS
MERCU BUANA