

ABSTRAK

Perilaku konsumtif terlihat semakin tinggi pada masyarakat saat ini terutama pada kota-kota metropolitan yang ada di Indonesia. Penelitian ini menggunakan Teori CIFE atau Consumption Impulse Formation and Enactment (Dholakia, 2000) untuk mengetahui perbedaan perilaku konsumtif antara mahasiswa yang berasal dari daerah metropolitan dan non-metropolitan pada mahasiswa Universitas Kristen Maranatha Bandung.

Terdapat 150 mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian ini yang dipilih berdasarkan teknik convenience sampling. Setiap responden melengkapi kuisioner yang disusun oleh peneliti dan terdiri atas 51 item. Skor rata-rata dari masing-masing kelompok responden dibandingkan dengan menggunakan uji T dan dikorelasikan juga dengan faktor-faktor yang berpengaruh dan data-data penunjang.

Berdasarkan pengolahan data secara statistik, didapatkan jumlah skor total rata-rata perilaku konsumtif mahasiswa yang berasal dari daerah metropolitan sebesar 11,9850 dan jumlah skor total rata-rata perilaku konsumtif mahasiswa yang berasal dari daerah non-metropolitan sebesar 11,8491.

Kesimpulan yang diperoleh adalah mahasiswa yang berasal dari daerah metropolitan sama konsumtif dengan mahasiswa yang berasal dari daerah non-metropolitan. Peneliti mengajukan saran kepada mahasiswa saat berperan sebagai konsumen agar lebih menyadari lagi adanya peran strategi marketing, situasional dan trait impulsif serta hambatan-hambatan dalam pembelian sehingga mahasiswa dapat mengambil keputusan secara bijaksana agar terhindar dari perilaku konsumtif. Selain itu, bagi peneliti lain yang ingin meneliti perilaku konsumtif untuk meneliti pada jumlah sample yang lebih banyak serta pada jenjang usia yang lebih bervariasi serta meneliti lebih jauh mengenai perilaku mindless pada konsumen serta perbedaannya dengan perilaku konsumtif.

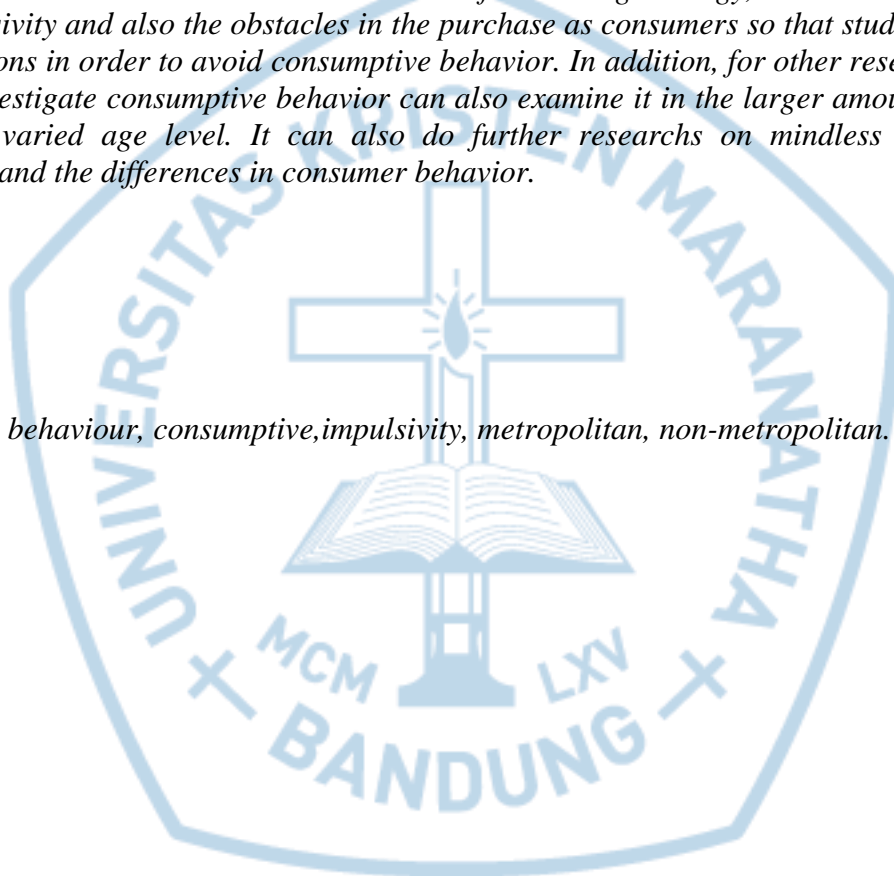
Kata Kunci : perilaku ,konsumtif,impulsif, metropolitan, non-metropolitan.

ABSTRACT

Consumptive behaviour becomes more higher in today's society, especially in the metropolitan cities in Indonesia. This study uses CIFE or Consumption Theory of Impulse Formation and Enactment (Dholakia, 2000) to determine differences in consumptive behaviour between students who come from metropolitan areas and non-metropolitan areas in Maranatha Christian University Bandung.

The results of this study shows that the students from metropolitan areas in Indonesia are as consumptive as students from non-metropolitan areas in Indonesia. Researchers make suggestions to the students to be more aware of marketing strategy, situational factors and trait impulsivity and also the obstacles in the purchase as consumers so that students can take wise decisions in order to avoid consumptive behavior. In addition, for other researchers who want to investigate consumptive behavior can also examine it in the larger amount of sample and more varied age level. It can also do further researchs on mindless behavior on consumers and the differences in consumer behavior.

Keywords : behaviour, consumptive, impulsivity, metropolitan, non-metropolitan.



DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Abstrak.....	v
<i>Abstract</i>	vi
Daftar Isi.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Kegunaan Teoretis.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	9
1.5 Kerangka Pemikiran.....	9
1.6 Asumsi Penelitian.....	19
1.7 Hipotesis.....	20
BAB II TINJAUAN TEORI	21
2.1 Perilaku Konsumen.....	21
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	21
2.1.2 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	21
2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen.....	25

2.1.3.1 Faktor Internal.....	25
2.1.3.2 Faktor Eksternal.....	29
2.1.4 Pandangan Mengenai Pengambilan Keputusan Konsumen.....	31
2.2 Perilaku Konsumtif.....	33
2.2.1 Definisi.....	33
2.2.2 Perilaku Konsumtif, <i>Goal Directed</i> , dan Perilaku Mindless.....	35
2.2.3 Proses Perilaku Konsumtif.....	37
2.2.4 Model <i>Consumption Impulse Formation and Enactment (CIFE)</i> ...	39
2.2.5 Tipe Perilaku Konsumtif.....	45
2.3 Kota Metropolitan.....	46
2.3.1 Pengertian kota.....	46
2.3.2 Pengertian Kota Metropolitan.....	46
2.3.3 Ciri Kota Metropolitan.....	47
2.3.4 Kawasan Metropolitan Di Indonesia.....	49
2.4 Perilaku Konsumtif pada Masyarakat Berdasarkan Perbedaan Daerah.....	51
2.4.1 Perilaku konsumtif pada Masyarakat di Daerah Metropolitan.....	51
2.4.2 Perilaku konsumtif pada Masyarakat di Daerah Non-Metropolitan..	52
2.5 Mahasiswa.....	53
2.5.1 Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa.....	55
2.5.2 Ciri Mahasiswa yang Berasal dari Daerah Metropolitan.....	56
2.5.3 Ciri Mahasiswa yang Berasal dari Daerah Non-Metropolitan.....	56
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	58
3.1 Rancangan dan Prosedur Penelitian.....	58
3.2 Bagan Prosedur Penelitian.....	58
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	58

3.3.1 Variabel Penelitian.....	58
3.3.2 Definisi Konseptual.....	59
3.3.3 Definisi Operasional.....	59
3.4 Alat Ukur.....	60
3.4.1 Kisi-kisi Alat Ukur	60
3.4.2 Sistem Penilaian.....	61
3.4.3 Data Pribadi dan Data Penunjang.....	62
3.4.4 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	62
3.4.4.1 Uji Validitas.....	62
3.4.4.2 Uji Reliabilitas.....	63
3.5 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel.....	64
3.5.1 Populasi sasaran.....	64
3.5.2 Karakteristik sampel.....	64
3.5.3 Teknik Penarikan sampel.....	65
3.6 Teknik dan Analisis Data.....	65
3.6.1 Uji Hipotesis.....	66
3.7 Hipotesis Penelitian.....	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Gambaran Responden.....	69
4.2 Hasil Penelitian.....	75
4.2.1 Uji Perbandingan Perilaku Konsumtif.....	75
4.2.2 Uji Perbandingan Faktor	76
4.2.3 Uji Korelasi Data Penunjang dengan Skor Perilaku Konsumtif....	77
4.3 Pembahasan.....	79
4.4 Diskusi.....	85

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
5.2.1 Saran Teoritis.....	87
5.2.2 Saran Praktis.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
DAFTAR RUJUKAN.....	93
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pembagian Wilayah Metropolitan.....	49
Tabel 3.1 Kisi-kisi Skala Perilaku Konsumtif dengan Item Valid.....	60
Tabel 3.2 Tabel Skor Skala Perilaku Konsumtif.....	61
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Usia Responden.....	69
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	70
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Jumlah Uang Bulanan Responden.....	70
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jumlah Uang Belanja Responden per bulan.....	71
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jumlah Uang Kuliner Responden per bulan.....	71
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jumlah Uang Kegiatan Hiburan Responden per bulan....	72
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Waktu Ke Tempat Perbelanjaan per bulan.....	73
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Waktu Kuliner per bulan.....	73
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Waktu Kegiatan Hiburan per bulan.....	74
Tabel 4.10 Hasil Perbandingan Perilaku Konsumtif.....	75
Tabel 4.11 Hasil Perbandingan Faktor.....	76
Tabel 4.12 Uji Korelasi Data Penunjang dengan Skor Perilaku Konsumtif.....	77

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pikir	18
Bagan 2.1 Model Pengambilan Keputusan.....	24
Bagan 2.2 Proses Perilaku Konsumtif... ..	38
Bagan 2.3 Model CIFE.....	39
Bagan 3.1 Prosedur Penelitian.....	58



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 *Letter of Consent*
- Lampiran 2 Alat Ukur
- Lampiran 3 Kisi-kisi Alat Ukur
- Lampiran 4 Tabulasi Silang
- Lampiran 5 Data Mentah Kuesioner Perilaku Konsumtif
- Lampiran 6 Gambaran Responden
- Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Alat Ukur

