

ABSTRAK

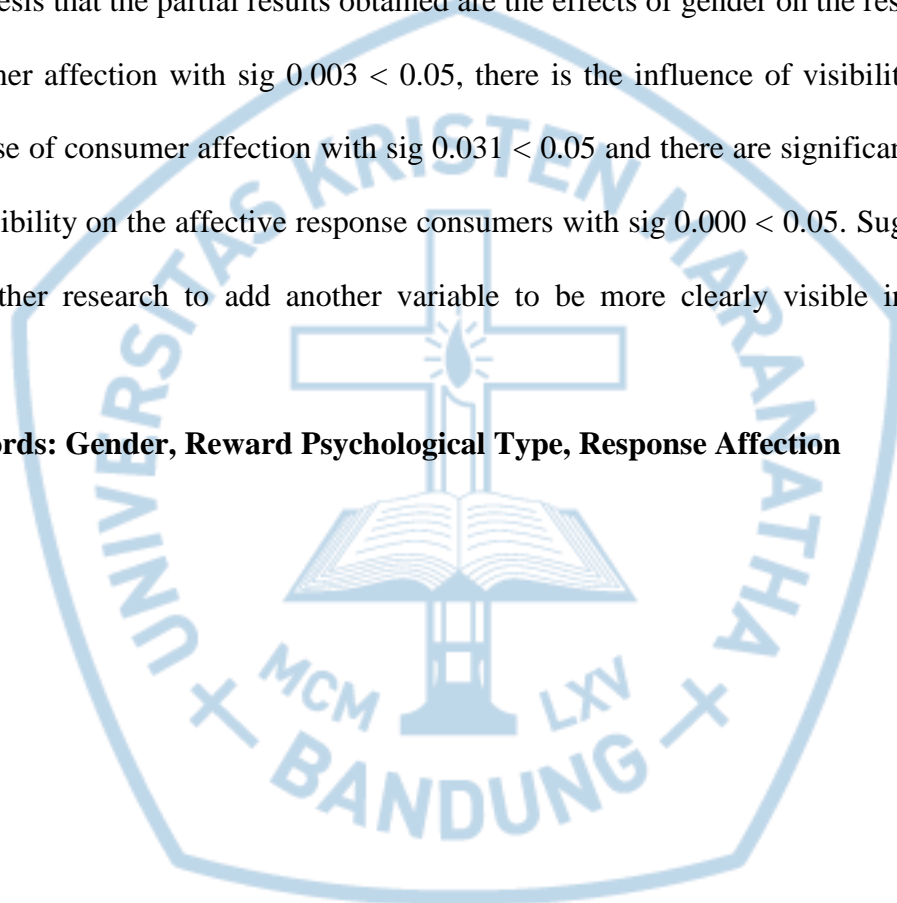
Tujuan penelitian ini adalah ingin melihat pengaruh gender dan type psychological reward pada respon afeksi konsumen. Berdasarkan tujuan penelitian maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksperimen dengan menggunakan metode analisis data ANOVA. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis maka didapat hasil yaitu secara parsial terdapat pengaruh gender pada respon afeksi konsumen dengan nilai sig $0,003 < 0,05$, terdapat pengaruh visibilitas pada respon afeksi konsumen dengan nilai sig $0.031 < 0,05$ dan terdapat pengaruh gender dan visibilitas pada respon afeksi konsumen dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Saran bagi penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel lain agar lebih jelas terlihat pengaruhnya.

Kata kunci : Gender, Tipe Psychological Reward, Respon Afeksi

ABSTRACT

The purpose of this study was to look at the influence of gender and type of psychological reward in response to consumer affection. This study was an experimental study using data analysis ANOVA. Based on the results of testing the hypothesis that the partial results obtained are the effects of gender on the response of consumer affection with sig $0.003 < 0.05$, there is the influence of visibility on the response of consumer affection with sig $0.031 < 0.05$ and there are significant gender and visibility on the affective response consumers with sig $0.000 < 0.05$. Suggestions for further research to add another variable to be more clearly visible influence.

Keywords: Gender, Reward Psychological Type, Response Affection



DAFTAR ISI

	Halaman
COVER LUAR.....	i
COVER DALAM	ii
COVER BAHASA INGGRIS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK DALAM BAHASA INDONESIA	viii
ABSTRAK DALAM BAHASA INGGRIS	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	11

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN

PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	12
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Perilaku Konsumen	12
2.1.2 Model Perilaku Konsumen	14
2.1.3 Stimulus.....	19
2.1.4 Organism.....	20
2.1.5 Respon	21
2.1.6 Pemasaran Holistik	22
2.1.7 Relationship Marketing	26
2.1.8. CRM (Customer Relationship Marketing)	31
2.1.9 Program Loyalty.....	33
2.1.10 Gender	35
2.1.11 Afeksi	36
2.1.11.1 Afeksi Positif	41
2.1.11.2 Afeksi Negatif	42
2.2 Rerangka Teoritis.....	43
2.3 Rerangka Pemikiran	44
2.4 Penelitian Terdahulu.....	45
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	48
2.6 Model Penelitian	52

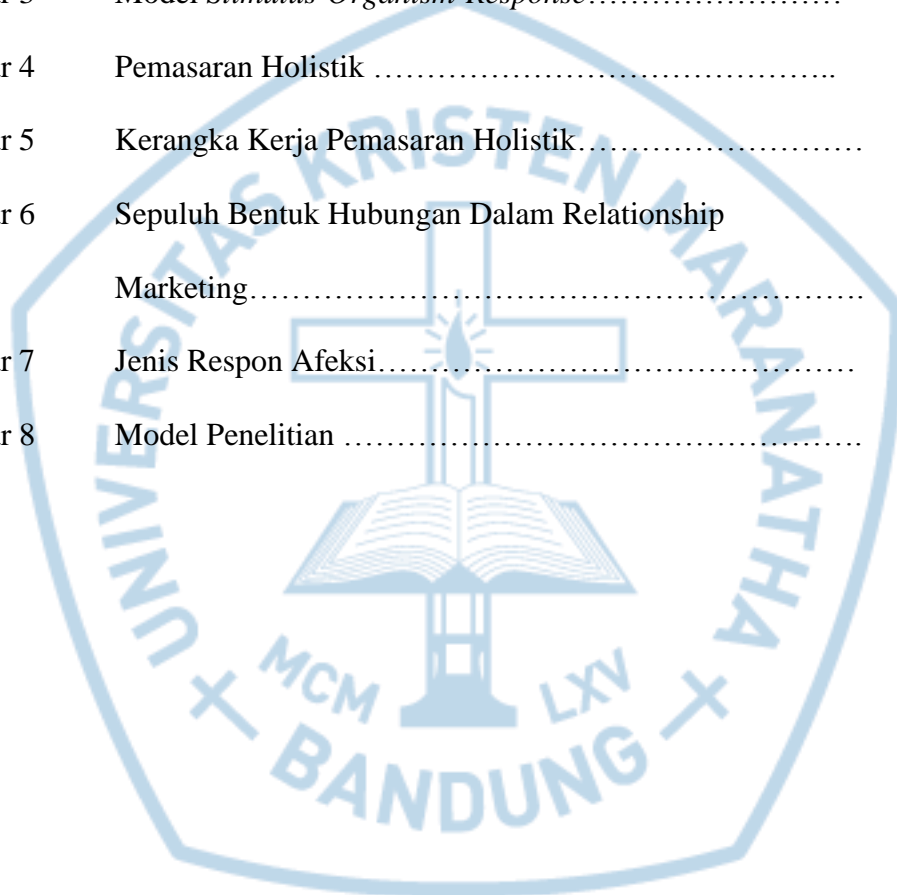
BAB III METODE PENELITIAN.....	53
3.1 Desain Penelitian	53
3.2 Populasi Dan Partisipan	55
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	56
3.4 Skenario	57
3.5 Definisi Operasional Variabel	60
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	65
3.7 Uji Asumsi (Uji Homogeneity Variance)	66
3.8 Metode Analisis Data	67
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 69
4.1 Karakteristik Partisipan	69
4.2 Hasil Uji Asumsi Homogenty Variance	69
4.3 Pengujian Hipotesis.....	71
4.4 Pembahasan	83
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Implikasi Penelitian.....	90
5.3 Keterbatasan Penelitian	91
5.4 Saran	92

5.4.1 Saran Bagi Akademis	92
5.4.2 Saran Bagi Praktisi.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	99



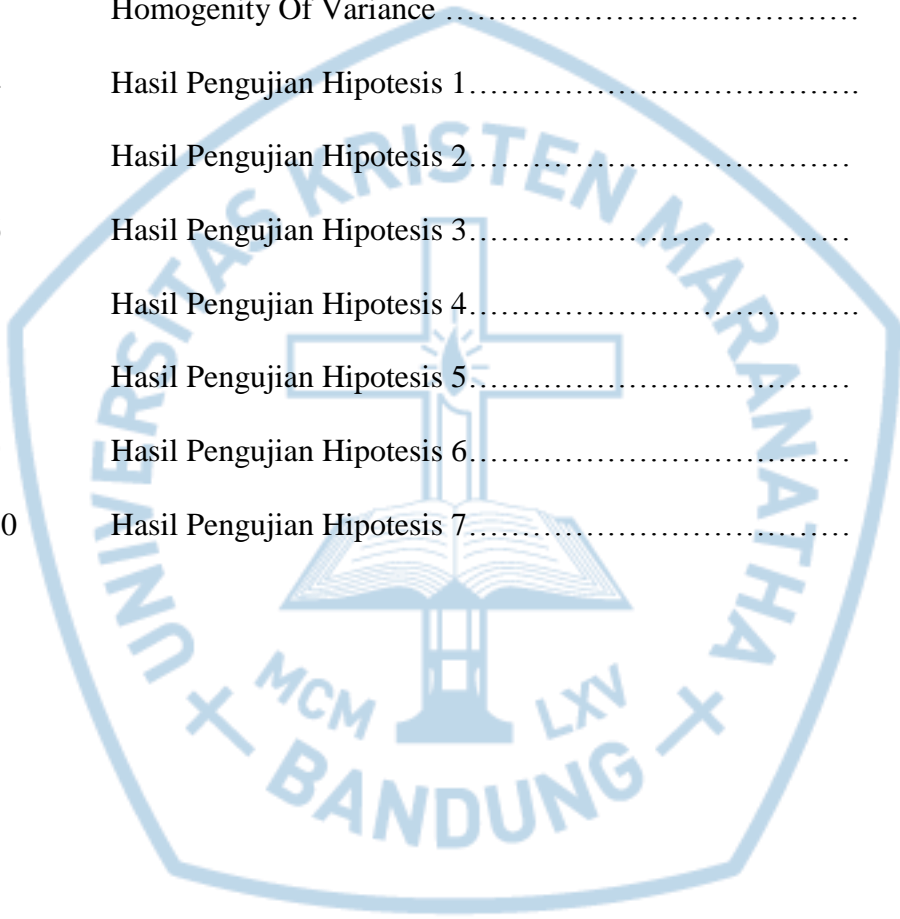
DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 1	Model Perilaku Konsumen	15
Gambar 2	Model Perilaku Konsumen	17
Gambar 3	Model <i>Stimulus-Organism-Response</i>	18
Gambar 4	Pemasaran Holistik	22
Gambar 5	Kerangka Kerja Pemasaran Holistik.....	24
Gambar 6	Sepuluh Bentuk Hubungan Dalam Relationship Marketing.....	29
Gambar 7	Jenis Respon Afeksi.....	37
Gambar 8	Model Penelitian	71



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1	Within Subject.....	55
Tabel 2	Karakteristik Partisipan	69
Tabel 3	Homogeneity Of Variance	70
Tabel 4	Hasil Pengujian Hipotesis 1.....	73
Tabel 5	Hasil Pengujian Hipotesis 2.....	74
Tabel 6	Hasil Pengujian Hipotesis 3.....	76
Tabel 7	Hasil Pengujian Hipotesis 4.....	78
Tabel 8	Hasil Pengujian Hipotesis 5.....	79
Tabel 9	Hasil Pengujian Hipotesis 6.....	80
Tabel 10	Hasil Pengujian Hipotesis 7.....	82



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Skenario Pengujian	99
Lampiran B Hasil Pengujian SPSS	107

