

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur yang setinggi-tingginya penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa karena atas berkat rahmat dan penyertaan-Nya, Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Tugas Akhir dengan judul “Analisis Perbedaan *Purchase Satisfaction* dan *Behavioural Intention* oleh *Personal Value* Konsumen dan *Sales Promotion* Pada Produk Barang Konsumsi” disusun sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Strata Dua ( Magister Manajemen) Universitas Pelita Harapan.

Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu proses penyelesaian Tugas Akhir ini sebagai berikut :

1. Ibu Juanna Judith Huliselan, MA., Ph.D, selaku Ketua Jurusan dan Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan sekaligus sebagai dosen pembimbing yang memberikan banyak masukan, koreksi, dan ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan sebaik-baiknya
2. Semua dosen yang telah mengajar penulis selama melakukan perkuliahan di Universitas Pelita Harapan
3. Staf Karyawan dan Tata Usaha jurusan Magister Manajemen yang telah banyak membantu dalam kegiatan administratif.
4. Staf Karyawan perpustakaan yang telah membantu penulis hingga lulus kuliah mencari buku-buku ilmiah sebagai sumber referensi penulisan

5. Istri tercinta, dr. Yane Arindasari, dan kedua orang tua besertasaudara-saudara yang telah memberikan dukungan doa dan kasih sayang selama penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini
6. Teman-teman seperjuangan yang telah banyak memberikan bantuan dan semangat kepada penulis
7. Semua pihak yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu per satu

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini memiliki kekurangan sehingga penulis sangat berharap adanya kritik dan saran yang membangun yang sekiranya dapat menyempurnakan karya tulis ini. Semoga karya tulis ini mampu menambah kekayaan ilmu di Indonesia dan bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Jakarta, 05 Maret 2016

Penulis

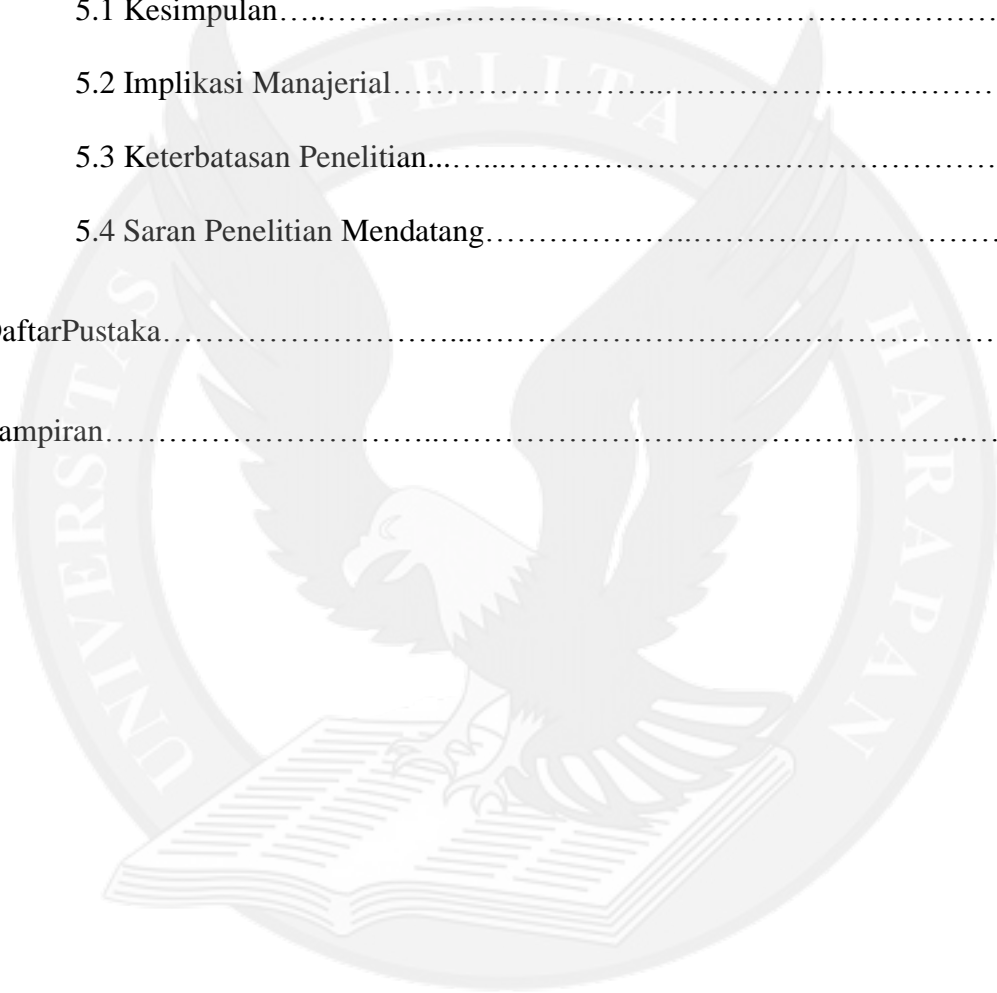
## DAFTAR ISI

Pernyataan Keaslian Karya Tugas Akhir.....	i
Persetujuan Dosen Pembimbing Tugas Akhir.....	ii
Persetujuan Tim Penguji Tugas Akhir.....	iii
Abstrak.....	5
Kata Pengantar.....	6
Daftar Isi.....	8
Daftar Gambar.....	12
Daftar Tabel.....	13
Daftar Lampiran.....	14
Pendahuluan.....	15
1.1 Latar Belakang.....	15
1.2 Perumusan Masalah.....	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Pembatasan Masalah.....	19
1.5 Manfaat Penelitian.....	20
1.6 Sistematika Penulisan.....	20
Landasan Teori.....	22

2.1 Perilaku Konsumen.....	22
2.2 <i>Purchase Satisfaction</i> .....	25
2.3 <i>Behavioural Intention</i> .....	27
2.4 Promosi Penjualan.....	28
2.5 <i>Personal Value</i> .....	30
2.6 <i>Retail</i> .....	32
2.7 Penelitian Sebelumnya.....	33
2.8 Kerangka Berpikir dan Hipotesis Penelitian.....	35
Metodologi Penelitian.....	37
3.1 Pemilihan Lokasi.....	37
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	37
3.2.1 Objek Penelitian.....	37
3.2.2 Subjek Penelitian.....	38
3.3 Definisi Konseptual dan Operasional.....	39
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.5 Metode Pengambilan Sampel.....	42
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	43
3.5.2 Skala Pengukuran.....	43
3.6 Teknik Pengolahan Data.....	44
3.7 Teknik Analisis Data.....	44
3.8 Hasil Uji Validitas – <i>Pretest</i> .....	46
3.9 Hasil Uji Reliabilitas – <i>Pretest</i> .....	47

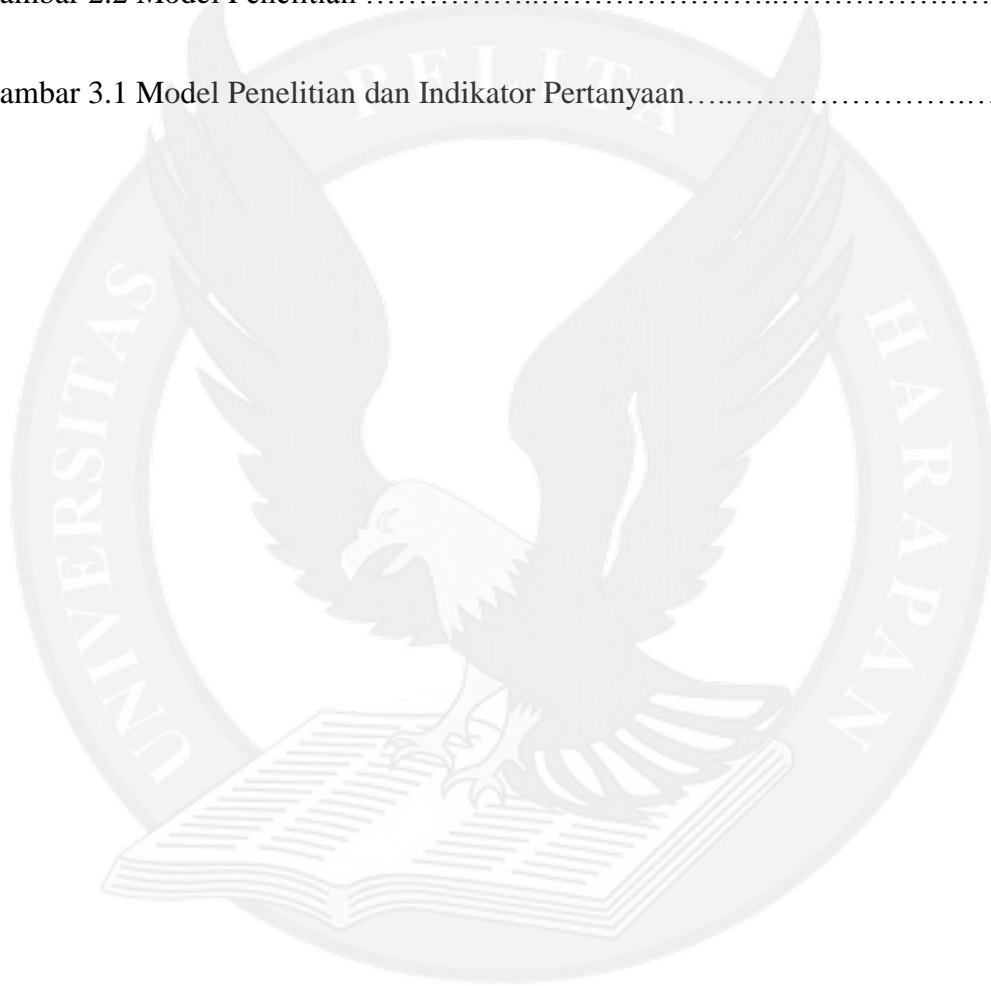
Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian.....	48
4.1 Demografi Responden.....	48
4.2 Analisis Data.....	51
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	52
4.3 Analisis Uji Hipotesis.....	57
4.3.1 Uji Validitas.....	57
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	58
4.3.3 Uji Hipotesis.....	59
4.4 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis.....	60
4.4.1 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis “Ada Perbedaan Signifikan Dalam <i>Purchase Satisfaction</i> oleh <i>Personal Value</i> untuk 3 Jenis Produk” (H1) .....	60
4.4.2 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis “Ada Perbedaan Signifikan Dalam <i>Behavioural Intention</i> oleh <i>Personal Value</i> untuk 3 Jenis Produk” (H2).....	62
4.4.3 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis “Ada Perbedaan Signifikan Dalam <i>Purchase Satisfaction</i> oleh <i>Personal Value</i> yang dimoderasi oleh <i>Sales Promotion</i> untuk 3 Jenis Produk” (H3).....	64
4.4.4 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis “Ada Perbedaan Signifikan Dalam <i>Behavioural Intention</i> oleh <i>Personal Value</i> yang	

dimoderasi oleh <i>Sales Promotion</i> untuk 3 Jenis Produk”	
(H4).....	65
4.5 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	66
Kesimpulan dan Saran.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Implikasi Manajerial.....	69
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	70
5.4 Saran Penelitian Mendatang.....	70
DaftarPustaka.....	71
Lampiran.....	75



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian Sebelumnya.....	34
Gambar 2.2 Model Penelitian .....	36
Gambar 3.1 Model Penelitian dan Indikator Pertanyaan.....	39



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Penelitian.....	41
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas- <i>Pretest</i> .....	46
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas- <i>Pretest</i> .....	47
Tabel 4.1 Karakteristik Demografi Responden.....	49
Tabel 4.2 Kategori Nilai <i>Mean</i> .....	52
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Internal Value</i> .....	53
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>External Value</i> .....	54
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Interpersonal Value</i> .....	54
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Sales Promotion</i> .....	55
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Satisfaction</i> .....	56
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Behavioural Intention</i> .....	57
Tabel 4.9 Faktor <i>Loading</i> Indikator dan KMO.....	58
Tabel 4.10 Reliabilitas – <i>Cronbach Alpha</i> .....	59
Tabel 4.11 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis.....	59
Tabel 4.12 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	67



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuisisioner.....	A
Lampiran B. Hasil MANOVA Produk Clear.....	C
Lampiran C. Hasil MANOVA Produk Molto.....	D
Lampiran D. Hasil MANOVA Produk Bango.....	E
Lampiran E. Hasil MANOVA Produk All.....	F
Lampiran F. Rangkuman Hasil Interview.....	G

