

**EVALUASI PRODUK OLEH KONSUMEN DENGAN *AUTOTELIC*
TINGGI DAN RENDAH TERHADAP KUALITAS PETUNJUK *HAPTIC*
NONDIAGNOSTIK**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN DALAM
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
DEPARTEMEN MANAJEMEN
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH
EVI WULANDARI
NIM : 041311223022**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2016**

SKRIPSI

**EVALUASI PRODUK OLEH KONSUMEN DENGAN *AUTOTELIC*
TINGGI DAN RENDAH TERHADAP KUALITAS PETUNJUK *HAPTIC*
NONDIAGNOSTIK**

DIAJUKAN OLEH :

EVI WULANDARI

NIM : 041311223022

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING,



Dr. MASMIRA KURNIAWATI, SE.,M.Si.

NIP. 197503232006042001

TANGGAL 8 Juni 2016

KETUA PROGRAM STUDI,



Dr. MASMIRA KURNIAWATI, SE.,M.Si.

NIP. 197503232006042001

TANGGAL 8 Juni 2016

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Evi Wulandari, 041311223022), menyatakan bahwa :

1. Skripsi saya ini benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan di Universitas Airlangga.

Surabaya, 8 Juni 2016



Evi Wulandari
NIM: 041311223022

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “EVALUASI PRODUK OLEH KONSUMEN DENGAN *AUTOTELIC* TINGGI DAN RENDAH TERHADAP KUALITAS PETUNJUK *HAPTIC* NONDIAGNOSTIK” dengan baik. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi dan melengkapi persyaratan guna menempuh ujian sidang pada Program Studi S1 Manajemen Alih Jenis Universitas Airlangga Surabaya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu yang dimiliki penulis. Untuk itu penulis menerima dan mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak yang telah membaca skripsi ini, yang dapat berguna bagi penulis untuk memperbaiki diri pada masa yang akan datang. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Dian Agustia, SE.,M.Si.,Ak.,CMA.,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga
2. Dr. Praptini Yulianti, Dra.Ec.,M.Si. selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga
3. Dr. Masmira Kurniawati, SE.,M.Si selaku Pembimbing dan Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang telah sabar dan telaten membimbing penulis serta meluangkan waktu, tenaga dan pikiran ditengah kesibukan sehari-hari untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga atas semua ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang telah membantu kelancaran administrasi penulis.
6. Kedua Orang tua, kakak dan adik yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materiil kepada penulis.
7. Putri, Indira, Haye, Fajar, Irwan, Freely, Cahyo, terima kasih pada kalian semua yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan dari awal perkuliahan sampai dengan penulis menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Teman-teman satu bimbingan Nora, Winda, Sisca, dan Satria, terima kasih telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Gaby, Indah, dan Aiessa, terima kasih telah banyak memberikan do'a dukungan untuk penulis.
10. Teman-teman Manajemen Alih Jenis angkatan 2013 yang telah berjuang bersama-sama selama menempuh pendidikan di Universitas Airlangga dan telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata Penulis berharap skripsi ini bermanfaat untuk perkembangan Ilmu Pengetahuan pada umumnya, Ilmu Ekonomi Manajemen Pemasaran pada khususnya, dan semoga Allah SWT selalu memberikan Ridho dan Rahmat-Nya kepada kita semua, Aamiin.

Surabaya, Juni 2016

Penulis

ABSTRAK

Bagi sebagian konsumen, dengan menyentuh barang maka mereka akan bisa merasakan bahwa produk tersebut sesuai dengan keinginannya, sehingga belanja secara langsung di toko masih menjadi pilihan utama para konsumen. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *autotelic* dan petunjuk *haptic* nondiagnostik terhadap evaluasi produk oleh konsumen. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain *autotelic*, petunjuk *haptic* nondiagnostik dan evaluasi produk oleh konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode eksperimen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 160 responden mahasiswa Universitas Airlangga. Teknik analisis yang digunakan adalah ANOVA (*analysis of varian*) dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat perbedaan rata-rata antara *autotelic* tinggi dan *autotelic* rendah terhadap evaluasi produk dengan petunjuk *haptic* nondiagnostik oleh konsumen.

Kata kunci: *haptic*, *autotelic*, petunjuk *haptic* nondiagnostik, evaluasi produk, konsumen

ABSTRACT

For some consumers, with touch the product they can feel if the product their liking. So, shopping to the shop be a special choice for them. The purpose of this research to analyzethe effects of autotelic, and nondiagnostic haptic cues for product evaluation to consumers. Variables used in this research are autotelic, nondiagnostic haptic cues, and product evaluation to consumers. The methods in this research used is an experimental method. The sample in this research are used 160 respondents college student Airlangga University. The analysis technique in this research using the ANOVA (analysis of varian) with a quantitative approach. The result of the research proves there is differentiation average between high autotelic and low autotelic for product evaluation with nondiagnostic haptic cues to consumers.

Keywords: *haptic, autotelic, nondiagnostic haptic cues, product evaluation, consumer*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademik	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13

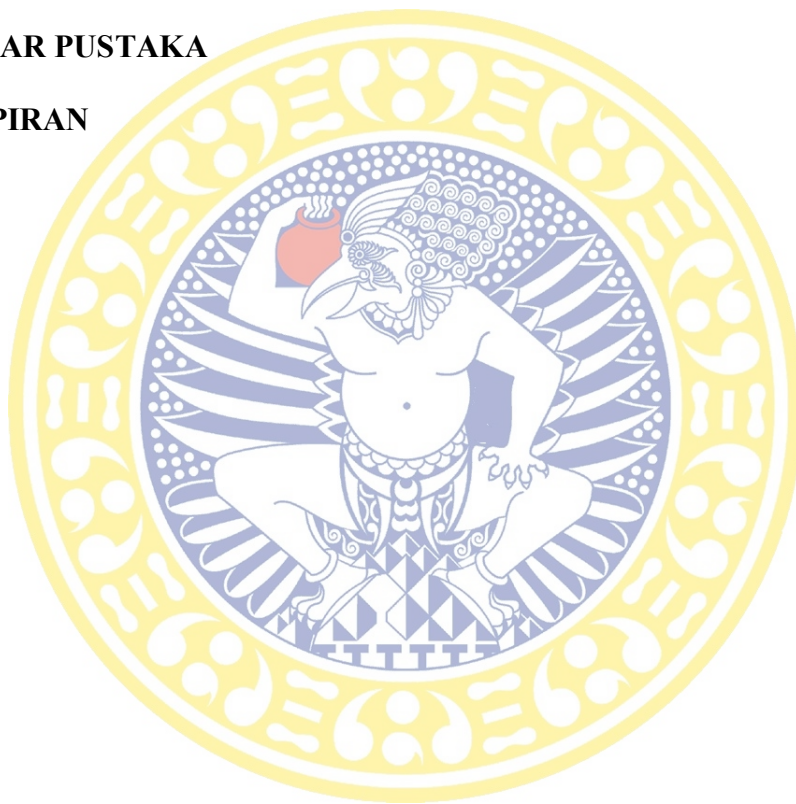
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.1.1 Faktor-faktor Lingkungan yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14
2.1.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	18
2.1.3 Keputusan Pembelian	24
2.1.4 <i>Haptic</i>	25
2.1.5 Orientasi <i>Haptic</i>	28
2.1.5.1 <i>Need for Touch</i> (NFT)	28
2.1.5.1.1 NFT <i>Instrumental Factor</i>	29
2.1.5.1.2 NFT <i>Autotelic Factor</i>	29
2.1.5.2 Petunjuk <i>Haptic</i>	31
2.1.6 Evaluasi Produk.....	32
2.2 Hubungan Antar Variabel	32
2.3 Penelitian Sebelumnya.....	35
2.3.1 Penelitian Krishna dan Morrin (2008)	35
2.3.2 Penelitian Peck dan Childers (2003a)	36
2.4 Hipotesis	38
2.5 Model Analisis	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Pendekatan Penelitian	40
3.2 Identifikasi Variabel	40
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	43

3.5 Populasi dan Sampel.....	44
3.6 Skenario Eksperimen	44
3.7 Prosedur Pengumpulan Data	45
3.8 Teknik Analisis	46
3.8.1 Uji Validitas	46
3.8.2 Uji Reliabilitas	46
3.8.3 Uji Anova	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Karakteristik Partisipan	48
4.1.1 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Umur	48
4.1.2 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2 Deskripsi Hasil penelitian	50
4.2.1 Deskripsi Jawaban Partisipan	51
4.2.2 Deskripsi Variabel Evaluasi Produk (Y)	52
4.3 Uji Kualitas Data	54
4.3.1 Uji Validitas	54
4.3.2 Uji Reliabilitas	55
4.4 Uji Anova	56
4.4.1 Analisis Hasil penelitian	56
4.4.1.1 Uji Homogenitas	56
4.4.1.2 Hasil Uji Anova	57
4.5 Uji Hipotesis	57
4.6 Pembahasan	58

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	59
5.2.1 Untuk Pihak Akademisi	59
5.2.2 Untuk Pihak Pemasar	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Umur	48
Tabel 4.2 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.3 Deskripsi Jumlah Partisipan Berdasarkan Tingkat <i>Autotelic</i> dan Petunjuk <i>Haptic</i> Nondiagnostik	50
Tabel 4.4 Kategori Skala Penilaian untuk Masing-Masing Variabel Penelitian ..	51
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Evaluasi Produk.....	52
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel <i>Autotelic</i> dan Evaluasi Produk	54
Tabel 4.7 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	55
Tabel 4.8 <i>Test of Homogeneity of Variances</i>	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Anova.....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Analisis.....	38



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Hasil Pengisian Kuesioner
- Lampiran 3 Data Penelitian
- Lampiran 4 Distribusi Frekuensi dan Persentase Karakteristik Responden
- Lampiran 5 Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden
- Lampiran 6 Pengujian Validitas
- Lampiran 7 Pengujian Reliabilitas
- Lampiran 8 Hasil Uji Anova

