

**ANALISIS PERBEDAAN GENDER, PENDAPATAN DAN
FREKUENSI PEMBELIAN TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN IMPULSIF**

*ANALYSIS OF GENDER DIFFERENCE, INCOME AND FREQUENCY OF
BUYING TO IMPULSIVE BUYING BEHAVIOUR*

SKRIPSI

Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana pada Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun oleh:
JAKA ADITIA
20040410062**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2009**

SKRIPSI

**ANALISIS PERBEDAAN GENDER, PENDAPATAN DAN
FREKUENSI PEMBELIAN TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN IMPULSIF**

*ANALYSIS OF GENDER DIFFERENCE, INCOME AND FREQUENCY OF
BUYING TO IMPULSIVE BUYING BEHAVIOUR*

Diajukan oleh

**JAKA ADITIA
200404110062**

Telah disetujui oleh :

Pembimbing

Misbahul Anwar, S.E, M.si
NIK : 143 014

Tanggal 6 Juni 2009

SKRIPSI
ANALISIS PERBEDAAN GENDER, PENDAPATAN DAN
FREKUENSI PEMBELIAN TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN IMPULSIF

*ANALYSIS OF GENDER DIFFERENCE, INCOME AND FREQUENCY OF
BUYING TO IMPULSIVE BUYING BEHAVIOUR*

Diajukan Oleh:
JAKA ADITIA
20040410062

Skripsi ini telah Diujikan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 22 Juni 2008
Yang terdiri dari

Edi Supriyono, Drs., M.M.
Ketua Tim Penguji

Isthofaina Astuti, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Fajarwati, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, S.E, M.Si
NIK: 143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Jaka Aditia

Nomor Mahasiswa : 20040410062

menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : "**ANALISIS PERBEDAAN GENDER, PENDAPATAN DAN FREKUENSI PEMBELIAN TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF.**" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 6 Juni 2009

Jaka Aditia

MOTTO

Bahwa tiada yang orang dapatkan, kecuali yang Ia usahakan? Dan bahwa usahanya akan kelihatan nantinya, kemudian Ia pun mendapat ganjaran, balasan yang sempurna? Dan bahwa kepada Tuhanmu akhirnya kau kembali
(Q.S An Najm [53]: 39-42)

Apabila sejak awal kita tau dimana kita berada dan tau pula kemana arah yang akan kita tuju, maka kita dapat memutuskan dengan baik yang seharusnya kita kerjakan serta bagaimana kita harus melakukannya.
(Abraham Linchon)

Hanya penderitaan hidup yang mengajarkan manusia untuk menghargai kebahagiaan dan kebaikan serta kebagusan hidup.
(Al Hadist)

Penuhilah hidup dengan semangat dan keceriaan

Keinginan menggapai cita-cita akan mengalahkan semua rintangan yang ada

*Ilmu adalah jendela dunia, agama adalah cahaya kehidupan
Ilmu tanpa agama buta, agama tanpa ilmu sesat.*
(Albert Einstein)

Suatu pekerjaan jika dilakukan hanya dengan niat tanpa usaha dan kerja keras tidak akan berhasil
(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Seiring dengan perjalanan waktu yang kutempuh yang membawa diriku keujung jembatan masa depan untuk mrncapai kebahagiaan. Walaupun semua tak semudah yang kubayangkan. Cobaan dan rintangan yang kutempuh semakin nyata dan berliku. Hanya bimbingan Allah SWT dan restu orangtua dan dorongan serta semangat yang diberikan oleh orang yang ada disekelilingku yang selalu mengiringi perjalananku.

Alhamdulillah..... Ya Allah dengan izin dan ridho-Mu skripsi ini kupersembahkan dengan dedikasi dan cinta yang mendalam untuk yang terhormat dan tersayang

- *Bapak Toto dan Ibu Sri Hartuti Tercinta atas segala kesabaran, dukungan, doa, kepercayaan dan cinta kasih padaku.*
- *Adikku Desy Ayu Utami tersayang thanks ya pinjaman LAPTOP nya.*
- *Istriku tercinta yang selalu berada disisiku saat suka dan duka.*
- *Kang Her family terima kasih atas bantuan beserta do'anya.*
- *Buat Mulyan Istadi (Ryan) thanks atas semua bantuannya.*
- *Semua teman-teman yang turut membantu, thanks for u friends...*
- *Dan Almamaterku.*

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perbedaan gender, pendapatan dan frekuensi pembelian terhadap perilaku pembelian impulsif pada pelajar SMA/SMK di Daerah Istimewa Yogyakarta. Obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah parfum. Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel 111 responden. Ada 3 hipotesis yang diajukan pada penelitian ini, hipotesis 1 bahwa terdapat perbedaan perilaku pembelian impulsif pada produk parfum antara pria dan wanita, diuji dengan menggunakan *independent sample t-test*. Hipotesis 2 bahwa terdapat perbedaan perilaku pembelian impulsif pada produk parfum berdasarkan tingkat pendapatan atau uang saku, diuji dengan menggunakan *analysis of variance* (ANOVA). Hipotesis 3 bahwa terdapat perbedaan perilaku pembelian impulsif pada produk parfum berdasarkan frekuensi pembelian, diuji dengan menggunakan *analysis of variance* (ANOVA).

Penelitian ini menghasilkan bahwa perbedaan *gender*, pendapatan (uang saku) dan frekuensi pembelian dapat menimbulkan perbedaan perilaku pembelian impulsif

Kata kunci: *Gender*, pendapatan (uang saku), frekuensi pembelian dan pembelian impulsif

ABSTRACT

The aim of this research is to analyzing is deference of gender, income and frequency of buying to impulsive buying behaviour of high school student in DIY. Object of this research is perfume. Sampling technique of this research is purposive sampling with 111 respondent as samples. There are three hypothesis from this research. First hypothesis that there are difference of the impulsive buying behavior at perfume product between male and female, tested by independent sample t test. Second hypothesis that there are difference of impulsive buying behavior at perfume product based on level of income or pocket money tested by analysis of variance (ANOVA). Third hypothesis is difference of impulsive buying behavior at perfume product based on frequency of buying, tested by analysis of variance (ANOVA)

Result of this research that gender difference, income (pocket money) and frequency of buying can lead to difference of impulsive buying behavior.

Keyword: Gender, Income (pocket money), frequency of buying and impulsive buying.

KATA PENGANTAR



السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Puji syukur kepada Allah SWT. Sholawat serta salam semoga dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, begitu pula atas keluarga dan sahabatnya. Hanya karena ridho Allah, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **"ANALISIS PERBEDAAN GENDER, PENDAPATAN DAN FREKUENSI PEMBELIAN TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF."**

Skripsi ini ditulis dalam upaya melengkapi syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1, dan lebih dari itu sesungguhnya penelitian ini merupakan rangkuman proses pembelajaran yang telah ditempuh selama masa perkuliahan. Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam skripsi ini, akan tetapi walaupun sedikit semoga dapat memberi pengetahuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan para pembaca.

Dalam penulisan ini tentunya tidak lepas dari rintangan, suka dan duka. Akan tetapi berkat bantuan dari berbagai pihak, maka segala macam hambatan dapat teratasi. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan pengharapan yang tulus kepada:

1. Bapak Misbahul Anwar, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sekaligus juga sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dalam memberikan

bimbingan, saran-saran, dan berbagai kemudahan dalam penyusunan skripsi penulis.

2. Ibu Rr. Sri Handari W., S.E., M.si. selaku dosen pembimbing akademik.
3. Civitas akademika Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

"Tidak ada gading yang tak retak", demikian pula halnya dengan skripsi ini. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan masukan dan saran yang membangun guna dijadikan pertimbangan untuk perbaikan skripsi.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya praktisi dalam bidang manajemen.

Amin Ya robbal "Alamin

Yogyakarta, 6 Juni 2009

(Jaka Aditia)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori	8
1. Pengertian Perilaku Konsumen	8

	2. Keputusan Pembelian	14
	3. Perilaku Pembelian Impulsif	15
	4. Gender	16
	5. Pendapatan.....	18
	B. Penelitian Terdahulu.....	18
	C. Hipotesis Penelitian.....	20
BAB III	METODE PENELITIAN	22
	A. Obyek / Subyek Penelitian	22
	B. Teknik Pengambilan Sampel.....	22
	C. Jenis Data	23
	D. Teknik Pengumpulan Data	23
	E. Definisi Operasional Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	24
	F. Uji Kualitas Alat Ukur	28
	G. Analisis Data	30
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
	A. Gambaran Umum Obyek / Subyek Penelitian	33
	B. Uji Kualitas Instrumen	36
	1. Uji Validitas	36
	2. Uji Reliabilitas.....	37
	C. Uji Hipotesis.....	38
	1. Hipotesis 1	39
	2. Hipotesis 2.....	41

3. Hipotesis 3.....	44
D. Pembahasan.....	46
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	
A. KESIMPULAN.....	56
B. SARAN	57
C. KETERBATASAN.....	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1 Sampel dan Tingkat Pengembalian	33
4.2 Jenis Kelamin Responden.....	34
4.3 Pendapatan Per Bulan Responden	34
4.4 Frekuensi Pembelian Responden dalam Satu Bulan Terakhir.....	35
4.5 Hasil Uji Validitas	36
4.6 Hasil Uji Reliabilitas	38
4.7 Uji Beda Varians	39
4.8 Hasil Uji <i>Independent sample t-test</i>	40
4.9 Perbedaan <i>Gender</i> Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada produk parfum.....	40
4.10 <i>Analysis of Variance</i> (ANOVA) Hipotesis 2.....	42
4.11 Perbedaan Pendapatan (Uang Saku) Pada Dimensi Pembelian Impulsif Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku Konsumen	42
4.12 <i>Analysis of Variance</i> (ANOVA) Hipotesis 3.....	44
4.13 Perbedaan Pendapatan Pada Dimensi Pembelian Impulsif Berdasarkan Frekuensi Pembelian Konsumen.....	45