

**PERBEDAAN INTENSI MEMBELI KOMPUTER TABLET  
DITINJAU DARI VALS (*Value and Lifestyle*) PADA  
MAHASISWA**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan Ujian Sarjana Psikologi**

**Oleh**

**RAHAYU MARDANI**

**081301114**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA  
GENAP, 2011/2012**

**Perbedaan Intensi Membeli Komputer Tablet ditinjau dari VALS  
(*Value and Lifestyle*) pada Mahasiswa**

**Rahayu Mardani dan Zulkarnain**

**ABSTRAK**

Salah satu faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen terhadap suatu produk adalah gaya hidup. Individu dengan gaya hidup yang berbeda juga mempunyai intensi membeli yang berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan intensi membeli komputer tablet pada mahasiswa ditinjau dari VALS (*value and lifestyle*). Jenis penelitian ini adalah kuantitatif komparatif dengan melibatkan subjek penelitian mahasiswa Universitas Sumatera Utara sebanyak 117 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *incidental sampling*. Alat ukur yang digunakan adalah skala intensi membeli berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Azjen (2005) dan skala VALS (*value and lifestyle*) berdasarkan ciri karakteristik segmen yang disebutkan oleh *Stanford Research Institute (SRI) International* (dalam Hawkins et al, 2007). Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis dengan uji-t. Hasil analisa data menunjukkan terdapat perbedaan intensi membeli yang signifikan berdasarkan segmentasi VALS ( $t = 0.116, p < 0.05$ .  $M_{\text{experiencer}} = 94.89$ ,  $M_{\text{maker}} = 64.34$ ). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa VALS berpengaruh terhadap intensi membeli. Individu dengan VALS *experiencer* memiliki intensi membeli yang kuat dibandingkan individu dengan VALS *maker*. Implikasi dari penelitian ini memberikan penjelasan mengenai dampak VALS terhadap intensi membeli komputer tablet pada mahasiswa.

**Kata kunci: intensi membeli, VALS, *experiencer*, *maker*, mahasiswa**

# **The Differences of Student Purchase Intention in Tablet Computer based on VALS (*Value and Lifestyle*)**

**Rahayu Mardani and Zulkarnain**

## **ABSTRACT**

Lifestyle is one of the factors that influences consumers to purchase. People with different of lifestyle also different in purchase intention. This study aims to find out the difference of students purchase intention in tablet computer based on VALS (value and lifestyle). A comparative quantitative approach was used in this study and involved 117 students of University of Sumatera Utara. The incidental sampling was using as the technique of sampling. The measuring instrument used in this study were scale of purchase intention based on aspects of intention Ajzen (2005) and the scale of VALS based on the characteristic features segments mentioned by *Stanford Research Institute* (SRI) (in Hawkins et al, 2007). The data was analyzed using t-test. The result showed that there was a significant difference of purchase intention, based on VALS segmentation ( $t = 0.116$ ,  $p < 0.05$ .  $M_{\text{experiencer}} = 94.89$ ,  $M_{\text{maker}} = 64.34$ ). The result of this study showed that VALS influenced purchase intention. Individuals with VALS experiencer, have stronger purchase intention rather than individuals with VALS maker. The implication of this study could be explained about the impact of VALS towards students purchase intention in tablet computer.

**Keywords: purchase intention, VALS, experiencer, maker, students**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia, kemudahan, dan ridho-Nya dalam penyelesaian skripsi ini dengan judul “Perbedaan Intensi Membeli Komputer Tablet ditinjau dari VALS (*Value and Lifestyle*) pada Mahasiswa”. Adapun penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada orang tua terhebat, terbaik dan terinspirasi Drs. D. Sembiring, MPHR dan Dra. Sunarni. Terima kasih atas doa yang tak henti dan dukungannya baik moril maupun materil. Semoga Allah selalu mencurahkan kebahagiaan kepada mereka dunia akhirat. Tak lupa juga kepada adikku tersayang Inda Lestari yang merantau jauh di kota orang. Terima kasih dukungan dan doanya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan berbagai pihak baik sejak masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini, maka sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Irmawati, psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara, beserta Pembantu Dekan I, II, dan III Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.
2. Zulkarnain, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih atas segala masukan, arahan, saran, dan keluangan waktu yang telah

diberikan sejak pengerjaan seminar hingga penyelesaian skripsi ini.

Terima kasih atas motivasi dan bimbingan bapak.

3. Bapak Ferry Novliadi, M.Si dan Ibu Emmy Mariatin A.A Ph.D., Psikolog selaku dosen penguji. Terima kasih masukan dan bimbingan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
4. Kak Fasti Rola, M. Psi., Psikolog selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberi arahan dan masukan dalam hal akademik selama menjalani pendidikan sebagai mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.
5. Seluruh jajaran staf pengajar dan pegawai Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.
6. Keluarga besar, sepupu-sepupu tercinta khususnya kak Mihal. Terima kasih kak atas bantuannya kak, menyediakan makanan dan jus teman mengerjakan skripsi.
7. Teman terdekat, Rizki Nuddin Ade Syahputra. Terima kasih telah menjadi orang yang selalu bisa diandalkan dan semua bantuannya yang tak terbalas.
8. Della, Ami, Eteng, dan Astri. Terima kasih segala kenangan selama menyandang status mahasiswa, semoga kebersamaan ini berlanjut sampai tua.
9. Tami, Melisa, dan Dea, sahabat dari masa SMA hingga sekarang. Terima kasih dukungan, kumpul-kumpul penghilang penat dan semangatnya.

10. Teman-teman seperjuangan angkatan 2008, Lia, Kiti, Dita dkk, Tasya, Puti dkk dan Ruth, Astrini dkk serta seluruh teman-teman seangkatan yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih kenangan masa-masa perkuliahnya. Angkatan terheboh dan terkompak. Sukses!
11. Terima kasih atas masukannya dan semangat kak Letty, kak Karin, Kak Lila dan senior lainnya serta para junior Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.
12. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia mengisi skala penelitian ini. Terima kasih atas kesedian dan waktunya.

Penulis menyadari bahwa isi dari skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran membangun sebagai masukan yang berguna bagi pengembangan penelitian ini kedepannya. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi banyak pihak.

Medan, Maret 2012

Penulis

Rahayu Mardani

# DAFTAR ISI

|  |    |
|--|----|
| KATA PENGANTAR                                     |    |
| DAFTAR ISI   |    |
| DAFTAR TABEL                                       |    |
| DAFTAR LAMPIRAN                                    |    |
| BAB I PENDAHULUAN                                  |    |
| A. Latar Belakang .....                            | 1  |
| B. Rumusan Masalah.....                            | 9  |
| C. Tujuan Penelitian.....                          | 10 |
| D. Manfaat Penelitian.....                         | 10 |
| E. Sistematika Penulisan .....                     | 11 |
| <br>   |    |
| BAB II LANDASAN TEORI                              |    |
| A. Intensi Membeli.....                            | 13 |
| 1. Defenisi Intensi.....                           | 13 |
| 2. Defenisi Intensi Membeli .....                  | 14 |
| 3. Aspek Intensi .....                             | 16 |
| 4. Aspek Intensi Membeli .....                     | 17 |
| 5. Faktor-faktor Pembelian.....                    | 19 |
| B. VALS .....                                      | 22 |
| 1. Defenisi VALS .....                             | 22 |
| 2. Segmen VALS .....                               | 23 |
| C. Mahasiswa.....                                  | 25 |
| D. Komputer Tablet.....                            | 26 |
| E. Intensi Membeli ditinjau Berdasarkan VALS ..... | 26 |
| F. Hipotesis Penelitian .....                      | 30 |
| <br>   |    |
| BAB III METODE PENELITIAN                          |    |
| A. Identifikasi Variabel Penelitian .....          | 31 |
| B. Defenisi Operasional Variabel Penelitian .....  | 32 |
| 1. Intensi Membeli .....                           | 32 |
| 2. VALS .....                                      | 33 |
| C. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel .....    | 33 |
| 1. Populasi dan Sampel Penelitian.....             | 33 |
| 2. Metode Pengambilan Sampel .....                 | 34 |
| D. Metode Pengumpulan Data .....                   | 35 |
| 1. Skala Intensi Membeli .....                     | 36 |
| 2. Skala VALS .....                                | 37 |

|  |    |
|--|----|
| E. Validitas dan Realibilitas Alat Ukur..... | 39 |
| 1. Validitas Alat Ukur .....                 | 39 |
| 2. Reliabilitas Alat Ukur .....              | 40 |
| 3. Uji Daya Beda Aitem.....                  | 41 |
| F. Hasil Uji Coba Alat Ukur.....             | 41 |
| 1. Skala Intensi Membeli .....               | 41 |
| 2. Skala VALS.....                           | 43 |
| G. Prosedur Penelitian .....                 | 45 |
| 1. Tahap Persiapan.....                      | 45 |
| 2. Tahap Pelaksanaan.....                    | 46 |
| 3. Tahap Pengolahan Data.....                | 46 |
| H. Metode Analisis Data.....                 | 47 |
| <br>   |    |
| <b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>   |    |
| A. Analisis Data .....                       | 49 |
| 1. Gambaran Subjek Penelitian .....          | 49 |
| 2. Hasil Penelitian.....                     | 53 |
| B. Pembahasan.....                           | 58 |
| <br>   |    |
| <b>BAB V KSIMPULAN DAN SARAN</b>             |    |
| A. Kesimpulan .....                          | 61 |
| B. Saran .....                               | 62 |
| 1. Saran Metodologis .....                   | 62 |
| 2. Saran Praktis .....                       | 63 |
| <br>   |    |
| DAFTAR PUSTAKA .....                         | 64 |



## DAFTAR TABEL

|                 |   |    |
|-----------------|---|----|
| <b>Tabel 1</b>  | Distribusi aitem-aitem skala intensi membeli sebelum uji coba .....         | 37 |
| <b>Tabel 2</b>  | Distribusi aitem-aitem skala VALS sebelum uji coba.....                     | 39 |
| <b>Tabel 3</b>  | Distribusi aitem-aitem skala intensi membeli setelah uji coba .....         | 42 |
| <b>Tabel 4</b>  | Distribusi aitem-aitem skala intensitas membeli saat penelitian.....        | 43 |
| <b>Tabel 5</b>  | Distribusi aitem-aitem skala VALS setelah uji coba.....                     | 44 |
| <b>Tabel 6</b>  | Distribusi aitem-aitem skala VALS untuk penelitian.....                     | 45 |
| <b>Tabel 7</b>  | Penyebaran subjek berdasarkan jenis kelamin .....                           | 49 |
| <b>Tabel 8</b>  | Penyebaran subjek berdasarkan usia .....                                    | 50 |
| <b>Tabel 9</b>  | Kategorisasi subjek berdasarkan segmen VALS .....                           | 52 |
| <b>Tabel 10</b> | Penyebaran subjek berdasarkan segmen VALS .....                             | 53 |
| <b>Tabel 11</b> | Hasil uji normalitas.....   | 54 |
| <b>Tabel 12</b> | Hasil uji homogenitas .....   | 54 |
| <b>Tabel 13</b> | Uji-t Intensi membeli segmen VALS <i>experiencer</i> dan <i>maker</i> ..... | 55 |
| <b>Tabel 14</b> | Deskripsi skor intensi membeli .....  | 55 |
| <b>Tabel 15</b> | Mean empirik dan mean hipotetik variabel intensi membeli .....              | 56 |
| <b>Tabel 16</b> | Kategorisasi data berdasarkan intensi membeli .....                         | 57 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| <b>Lampiran 1</b> Uji Coba dan Hasil Uji Coba .....           | 69  |
| 1. Tabulasi skor uji coba skala intensi membeli dan VALS..... | 70  |
| 2. Reliabilitas uji coba skala intensi membeli dan VALS.....  | 81  |
| <b>Lampiran 2</b> Penelitian dan Hasil Penelitian .....       | 86  |
| 1. Skala intensi membeli dan VALS .....                       | 87  |
| 2. Tabulasi skor skala intensi membeli dan VALS .....         | 96  |
| 3. Hasil pengolahan data.....                                 | 109 |
| a. Uji normalitas .....                                       | 109 |
| b. Uji homogenitas .....                                      | 109 |
| c. Hasil perhitungan t-test.....                              | 109 |
| <b>Lampiran 3</b> Keterangan Subjek Penelitian .....          | 110 |