

SKRIPSI

SUKETAN WONGOSARI

**ANALISIS KETERGANTUNGAN ANTARA GAYA HIDUP
DENGAN MOTIVASI PADA KONSUMEN VEGETARIAN
DI SURABAYA**



INDUK	3678/05
TGL	2 Mei 2009
	Fe-m
No. BUKU	FE-m
	Won
	a-1
KOP KE	1 (SAW)

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2004

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS KETERGANTUNGAN ANTARA GAYA HIDUP DENGAN
MOTIVASI PADA KONSUMEN VEGETARIAN DI SURABAYA

OLEH:

SUKETAN WONGOSARI

3103000162

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA UNTUK DIAJUKAN KE TIM PENGUJI

PEMBIMBING I, Budi Iswanto, Ph.D

PEMBIMBING II, Anna Triwijayanti, SE., M, Si

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Suketan Wongosari NRP 3103000162

Telah diuji pada tanggal 21 Juli 2004. Dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji



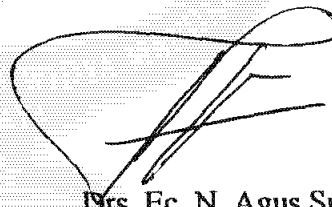
Drs. Ec. H. Teman Koesmono, MM

Mengetahui:



Drs. Simon Hariyanto, Ak

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. N. Agus Sunarjanto, MM

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkah dan rahmat yang dilimpahkanNya, karena penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini terdapat banyak pihak yang telah membantu penulis baik dari para dosen maupun rekan-rekan sekawan yang sudah memberikan semangat dan dukungan moril kepada penulis sehingga penulis mempunyai keyakinan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis menyatakan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Budi Iswanto, Ph.D., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu dengan penuh kesabaran guna memberikan bimbingan, koreksi, dan dorongan semangat yang sangat berharga kepada penulis.
2. Ibu Anna Triwijayati SE, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing, memberikan petunjuk dan dorongan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Simon Hariyanto, AK., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

4. Bapak Drs. Ec. N. Agus Sunarjanto, MM., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Ibu Christina Esti, selaku Dosen Wali yang telah mengarahkan penulis selama masa studi
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis selama menjalani masa studi.
7. Seluruh staf dan karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi serta Perpustakaan Universitas katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak membantu di dalam menyelesaikan masa studi.
8. Seluruh staf dan karyawan Perpustakaan Universitas Surabaya Tenggilis Mejoyo yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Depot Vegetarian Metta, Depot Vegetarian Sehat, Restoran Vegetarian Ahimsa, dan Vihara Cuen Ren di Surabaya yang telah membantu dalam penyebaran kuesioner skripsi ini.
10. Orang tua, saudara serta sahabat-sahabat yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

Penulis berharap agar skripsi ini nantinya dapat memberi sumbangan pemikiran yang bermanfaat, sehingga dapat membantu dalam menyelesaikan masalah.

Surabaya, 12 Juli 2004

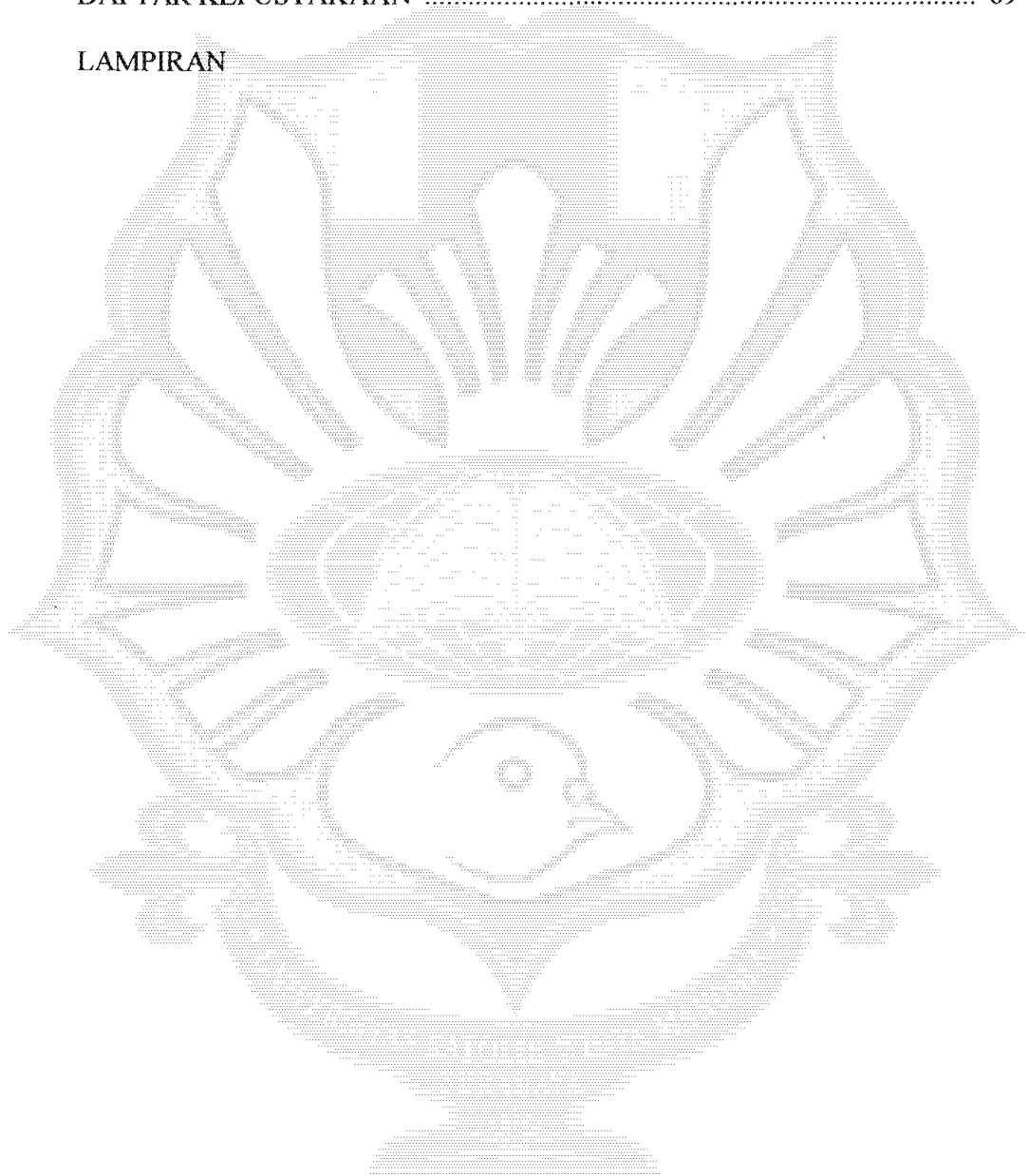
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAKSI	ix
BAB 1: PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Perumusan Permasalahan	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Sistematika Skripsi	4
BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN	6
2.1. Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teori	7
2.2.1. Pengertian Vegetarian	7
2.2.2. Istilah Vegetarian	7
2.2.3. Sejarah Vegetarian	7
2.2.4. Pola Hidup Sehat	9

2.2.5. Kelompok Vegetarian	11
2.2.6. Manfaat Vegetarian	12
2.2.7. Pengertian Gaya Hidup	13
2.2.8. Klasifikasi Gaya Hidup	14
2.2.9. Motivasi	22
2.2.10. Konsep Motivasi Afektif dan Motivasi kognitif	26
2.2.11. Hubungan antara Gaya Hidup dengan Motivasi Konsumen	28
2.3. Bagan Alur Berpikir	30
2.4. Hipotesis	31
BAB 3: METODE PENELITIAN	32
3.1. Jenis Penelitian	32
3.2. Identifikasi Variabel	32
3.3. Definisi Operasional	32
3.4. Jenis dan Sumber Data	38
3.5. Alat dan Metode Pengumpulan Data	38
3.6. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	39
3.7. Teknik Analisis Data	39
3.8. Pengujian Hipotesis	40
BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Deskripsi Data	44
4.2. Analisis dan Pengolahan Data	50
4.3. Pembahasan	63

BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN	67
5.1. Simpulan	67
5.2. Saran	67
DAFTAR KEPUSTAKAAN	69
LAMPIRAN	

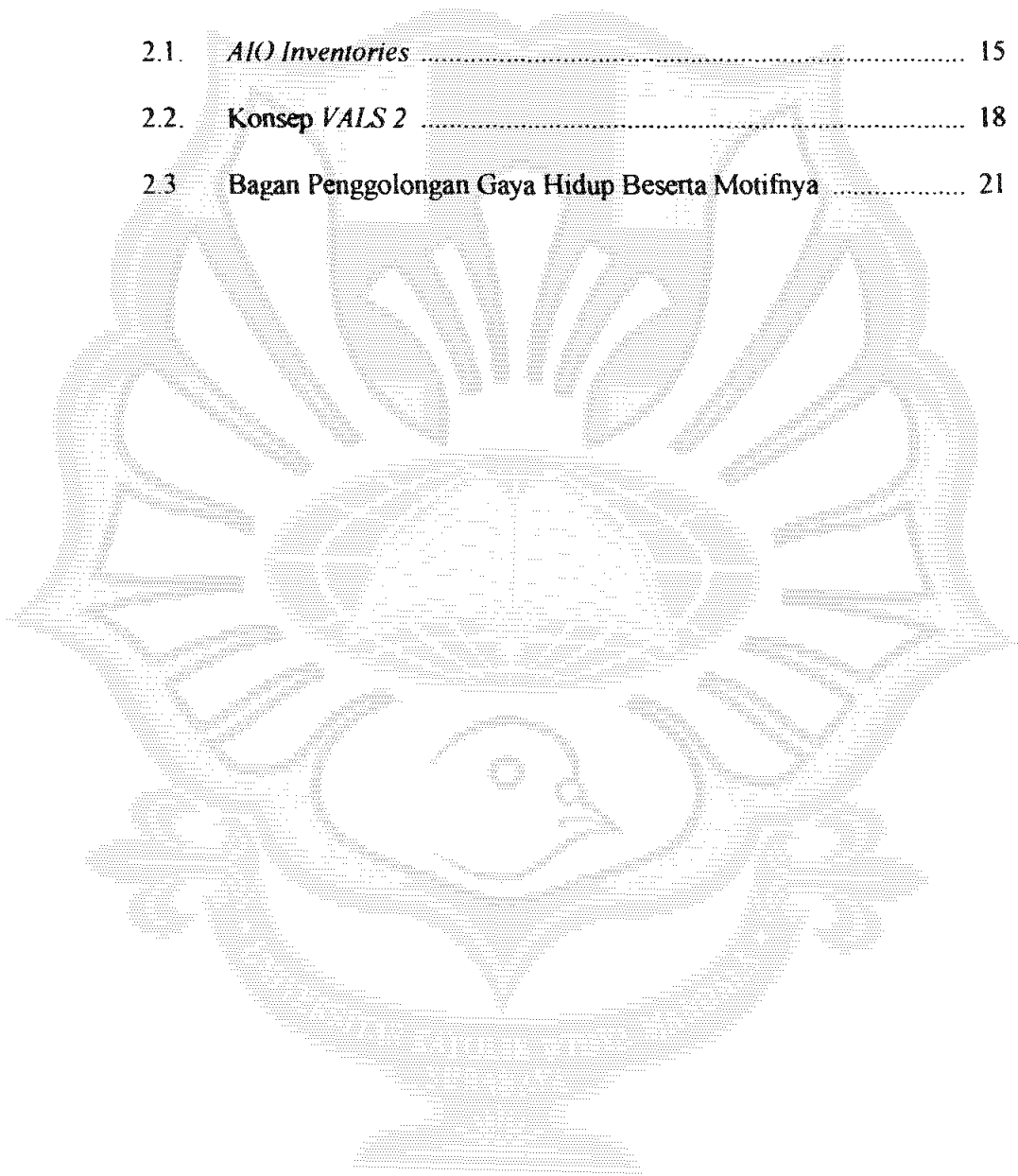


DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
2.1 <i>A Comprehensive Classification of Major Motive Influences</i>	23
3.1 Daftar Kontigensi Frekuensi Nyata (nij) dan Teoritis (Nij)	41
4.1 Penggolongan tipe-tipe gaya hidup responden	46
4.2 Hasil Jawaban Kuesioner Bagian III dengan Skala Nominal	47
4.3 Penggolongan Motivasi	48
4.4 Tabel Gaya Hidup Dengan Motivasi Aktif-Pasif Dalam Mengkonsumsi Produk Vegetarian di Surabaya	50
4.5 Tabel Gaya Hidup Berdasarkan Orientasi Menurut <i>VALS 2 Categories</i>	53
4.6 Tabel Orientasi Gaya Hidup Dengan Motivasi Aktif-Pasif Dalam Mengkonsumsi Produk Vegetarian di Surabaya	53
4.7 Tabel Gaya Hidup Dengan Motivasi Kognitif-Afektif Dalam Mengkonsumsi Produk Vegetarian di Surabaya	55
4.8 Tabel Orientasi Gaya Hidup Dengan Motivasi Kognitif-Afektif Dalam Mengkonsumsi Produk Vegetarian di Surabaya	57
4.9 Tabel Gaya Hidup Dengan Motivasi Aktif-Pasif Dihubungkan Dengan Kognitif-Afektif Dalam Mengkonsumsi Produk Vegetarian di Surabaya	59
4.10 Tabel Orientasi Gaya Hidup Dengan Motivasi Aktif-Pasif Dihubungkan Dengan Kognitif-Afektif Dalam Mengkonsumsi Produk Vegetarian di Surabaya	61

DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
2.1.	<i>AIO Inventories</i>	15
2.2.	Konsep <i>VALS 2</i>	18
2.3	Bagan Penggolongan Gaya Hidup Beserta Motifnya	21



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor

- I Kuesioner Penelitian.
- II Hasil Tanggapan Responden Mengenai Gaya Hidup dengan Motivasi.
- III Frequency Table.
- IV Hasil Crosstabs Gaya Hidup dengan Motivasi Aktif-Pasif.
- V Hasil Crosstabs Orientasi Gaya Hidup dengan Motivasi Aktif-Pasif.
- VI Hasil Crosstabs Gaya Hidup dengan Motivasi Kognitif-Afektif.
- VII Hasil Crosstabs Orientasi Gaya Hidup dengan Motivasi Kognitif-Afektif.
- VIII Hasil Crosstabs Gaya Hidup dengan Motivasi Aktif-Pasif dan Kognitif-Afektif.
- IX Hasil Crosstabs Orientasi Gaya Hidup dengan Motivasi Aktif-Pasif dan Kognitif-Afektif.
- X *Tabel Chi-Square*

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya ketergantungan antara gaya hidup dengan motivasi pada konsumen vegetarian di Surabaya.

Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan data sekunder, sedangkan skala pengukuran yang digunakan adalah skala pengukuran nominal. Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan ketergantungan yang terjadi, maka metode analisis data yang digunakan adalah uji statistik *Chi-Square* dan *Contingency Correlation Coefficient*. Sampel responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 125 orang.

Hasil analisis menunjukkan ada hubungan ketergantungan antar gaya hidup konsumen vegetarian dengan motivasi mengkonsumsi produk vegetarian di Surabaya ditinjau dari faktor aktif-pasif dan kognitif-afektif, dimana hubungan yang terjadi cukup kuat. Berdasarkan hasil tanggapan responden dalam penelitian ini diperoleh bahwa sebagian besar konsumen vegetarian dalam mengkonsumsi produk vegetarian di Surabaya memiliki tipe gaya hidup *Actualizers*, yaitu gaya hidup yang mempunyai karakteristik menghargai pengembangan pribadi yang bernilai, mempunyai ketertarikan terhadap intelektual yang luas, mempunyai bermacam-macam aktivitas pada saat senggang, mempunyai informasi yang baik, peduli terhadap masalah sosial, sangat aktif pada hal sosial dan politik. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa konsumen vegetarian dalam mengkonsumsi produk vegetarian di Surabaya cenderung termotivasi secara *Autonomy*, yaitu motivasi untuk menemukan kepribadian dan pengembangan pribadi melalui aktualisasi diri dan pengembangan identitas yang berbeda. Saran bagi pemasar produk vegetarian memasarkan produknya tidak hanya berdasarkan dari segmentasi geografi atau segmentasi demografi saja. Hal itu pula tidak tergantung dari informasi penelitian gaya hidup dan motivasi saja, tetapi informasi penelitian yang didapat dari kelas sosial dan kepribadian.