

Ps
155
Nug
a
97

ADOPSI PRODUK BARU DITINJAU DARI KARAKTERISTIK PRODUK DAN KELAS SOSIAL KONSUMEN

S K R I P S I



tgl. terima	30-6-97
No. Res.	YIB/p/97
Paraf	Tg

tgl.	30-6-97
No. Res.	YIB/p/97
Paraf	Tg

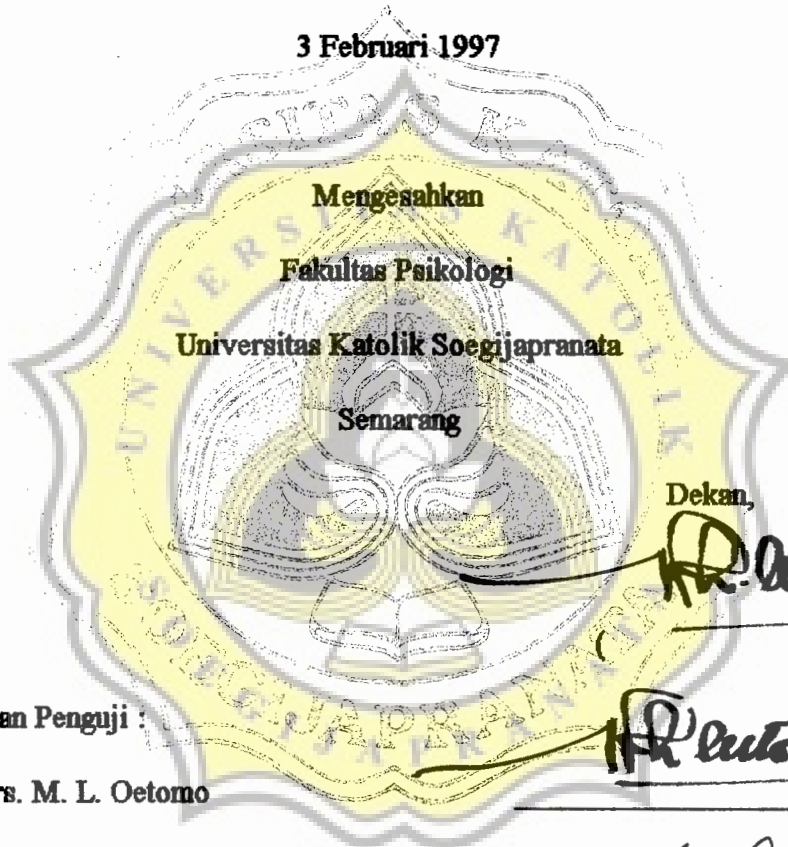
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
1997

065 / p / e1
12-9-97

**Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Diterima Untuk
Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Psikologi**

Pada tanggal

3 Februari 1997



Dekan,

M. L. Oetomo

Dewan Penguji :

M. L. Oetomo

1. Drs. M. L. Oetomo

2. Drs. Suranto, SU

Suranto

3. Drs. Eddy Hendrarno, SU

E. Hendrarno



Untuk,

Bapak Ibu-ku yang dahulu

tidak pernah berani berangan-

angan untuk menyekolahkan

anaknya sejajar dengan anak

kaum berada



***“Takut akan Tuhan adalah
permulaan pengetahuan,
tetapi orang bodoh menghina
hikmat dan didikan.”***

(Amsal 1 : 7)

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan segenap rasa syukur, penulis panjatkan ke hadirat Allah, yang telah melimpahkan kasih dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktu yang telah direncanakan.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap ketulusan hati penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. M. L. Oetomo, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
2. Bapak Drs. Suranto, S U, selaku dosen pembimbing utama yang telah banyak memberikan petunjuk dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Dra. Sulistyani, selaku dosen pembimbing pendamping yang telah banyak memberikan petunjuk dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang turut membantu dalam upaya penyelesaian skripsi ini.
5. Segenap aparat Kelurahan Karangrejo yang telah memperkenankan penulis untuk melakukan uji coba alat ukur penelitian.
6. Warga Kelurahan Karangrejo yang telah membantu dalam pelaksanaan uji coba alat ukur penelitian.
7. Segenap aparat Kelurahan Kembang Sari, yang telah memperkenankan penulis untuk melakukan penelitian di wilayah Kelurahan Kembang Sari.

8. Warga Kelurahan kembang Sari yang telah membantu penulis dalam pelaksanaan penelitian.
9. Bapak, Ibu, dan adik terkasih, yang telah menghantarkan penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
10. Terucap khusus untuk Laila R. S. Hamzens yang telah banyak terlibat dalam diskusi-diskusi konseptual selama penyusunan skripsi ini.
11. Ucapan terima kasih untuk Rudol, Nanang, Martyas, Roosahyono, Anik, Bambang, Baskoro, Noviyanto, dan Ratna yang telah mencurahkan waktu dan tenaga hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Ucapan terima kasih untuk rekan-rekan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata angkatan 1992.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan selalu penulis harapkan. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, khususnya para pemerhati Psikologi.

Semarang, Januari 1997

Penulis

DAFTAR ISI

Daftar isi	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penelitian	8
C. Manfaat Penelitian	8
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
A. Adopsi Produk Baru	
1. Pengertian Adopsi Produk Baru	10
2. Tahap-Tahap Adopsi Produk Baru	11
3. Tipe-Tipe Adopter	14
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi adopsi produk Baru	18
B. Karakteristik Produk	
1. Pengertian Karakteristik Produk	21

2. Aspek-Aspek Karakteristik Produk	22
C. Kelas Sosial	
1. Pengertian Kelas Sosial	24
2. Determinan Kelas Sosial	25
3. Pengukuran Dan Pengklasifikasian Kelas Sosial	28
D. Hubungan Antara Karakteristik Produk Dan Kelas Sosial Konsumen Dengan Adopsi Produk Baru	33
E. Hipotesis	36
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Identifikasi Variabel	38
B. Definisi Operasional	38
C. Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel	39
D. Metode Pengumpulan Data	41
E. Validitas Dan Reliabilitas	46
F. Analisa Statistik	49
BAB IV : PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN	
A. Orientasi Kancan Dan Persiapan Penelitian	
1. Orientasi Kancan	52
2. Persiapan Penelitian	52
3. Pelaksanaan Uji Coba Alat Ukur	57
B. Pelaksanaan Penelitian	61
C. Hasil Penelitian	62
D. Pembahasan	65

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	71
B. Saran-Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	75



DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1	Persebaran aitem angket karakteristik produk	54
2	Persebaran aitem angket adopsi produk baru	56
3	Persebaran aitem-aitem valid angket karakteristik produk	59
4	Persebaran aitem-aitem valid angket adopsi produk baru	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
A	Angket Uji Coba	75
B	Data Hasil Uji Coba	95
C	Hasil validitas dan reliabilitas	107
D	Angket penelitian	131
E	Data hasil penelitian	151
F	Uji asumsi	179
G	Hasil analisis data	188
H	Surat bukti penelitian	192

