

PENGARUH *MONEY SAVINGS, CONVENIENCE, DAN HEDONIC MOTIVATION* TERHADAP *INTENTION OF USING LOCATION BASED COUPON* PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE SURABAYA DENGAN *ATTITUDE TOWARD LOCATION BASED COUPON* SEBAGAI MEDIASI



OLEH :

EVAN CHRISTIAN PRADANA

3103015063

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2019

PENGARUH *MONEY SAVINGS, CONVENIENCE, DAN HEDONIC MOTIVATION* TERHADAP *INTENTION OF USING LOCATION BASED COUPON* PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE SURABAYA DENGAN *ATTITUDE TOWARD LOCATION BASED COUPON* SEBAGAI MEDIASI

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH :

EVAN CHRISTIAN PRADANA

3103015063

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *MONEY SAVINGS*, *CONVENIENCE*, DAN *HEDONIC MOTIVATION* TERHADAP *INTENTION OF USING LOCATION BASED COUPON* PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE SURABAYA DENGAN *ATTITUDE TOWARD LOCATION BASED COUPON* SEBAGAI MEDIASI

Oleh :

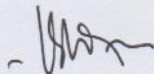
EVAN CHRISTIAN PRADANA

3103015063

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik

Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si
NIK 311.95.0228

Tanggal : 17/6/2019

Pembimbing II,



Deatri Arumsari Agung, SE., M.Sc
NIK 311.17.0980

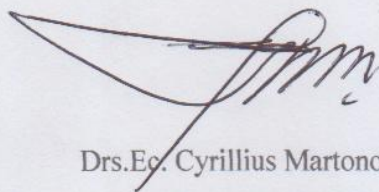
Tanggal : 17/6/2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Evan Christian Pradana dengan NRP 3103015063, Telah diuji pada tanggal 26 Juni 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

A.n. Ketua Tim Penguji

Sekretaris Tim Penguji



Drs. Ec. Cyrillius Martono, M.Si.
NIK. 311.89.0168

Mengetahui :

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc.
NIK. 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Evan Christian Pradana

NRP : 3103015063

Judul Skripsi : Pengaruh *Money Savings, Convenience, dan Hedonic Motivation* terhadap *Intention Of Using Location Based Coupon* pada MATAHARI Department Store Surabaya dengan *Attitude Toward Location Based Coupon* sebagai mediasi.

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah karya tulis sendiri. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 Juni 2019

Yang Menyatakan,



(Evan Christian Pradana)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Money Savings, Convenience, dan Hedonic Motivation* terhadap *Intention Of Using Location Based Coupon* pada Matahari Department Store Surabaya dengan *Attitude Toward Location Based Coupon* sebagai mediasi.”. Ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih, antara lain untuk:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan juga selaku selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis selama menempuh kuliah dari semester satu hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
3. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dengan sabar, dan meluangkan waktunya untuk membimbing dalam pembuatan skripsi.
4. Ibu Deatri Arumsari Agung, SE, M.Sc. selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing dan selalu memberi semangat maupun masukan dalam proses skripsi dengan baik, sabar dan rela meluangkan waktunya dari awal hingga akhir.
5. Semua Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
6. Orang tua dan keluarga besar atas dukungan doa serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.

7. Teman-teman seperjuangan Rumpun Ritel, terimakasih atas dukungan dan waktu yang kalian berikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
8. Semua pihak yang bersangkutan dengan penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu, telah membantu kelancaran jalannya penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat luas dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya.

Surabaya, 18 Juni 2019

Evan Christian Pradana

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.2. Penelitian Terdahulu	17
2.3. Pengembangan Hipotesis	19
2.4. Model Penelitian	23
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	25
3.1. Desain Penelitian.....	25
3.2. Identifikasi Variabel.....	25

3.3. Definisi Operasional Variabel.....	26
3.4. Skala Pengukuran Variabel.....	28
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	29
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	29
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan.....	30
3.8. Teknik Analisis Data.....	31
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.2. Deskripsi Data.....	38
4.3. Hasil Analisis Data.....	44
4.4. Pembahasan.....	53
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN.....	59
5.1. Kesimpulan.....	59
5.2. Keterbatasan.....	60
5.3. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Tingkat Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Per Tahun (%)	1
Tabel 1.2. Jumlah Gerai Matahari Department Store di Indonesia	2
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	18
Tabel 4.1. Pekerjaan	36
Tabel 4.2. Jenis Kelamin	37
Tabel 4.3. Pengeluaran Dalam Satu bulan	37
Tabel 4.4. Usia.....	38
Tabel 4.5. Interval Penelitian	39
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif <i>Money Savings</i>	39
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif <i>Convenience</i>	40
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif <i>Hedonic Motivation</i>	41
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif <i>Attitude Toward Location Based Coupon</i>	42
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif <i>Intention of Using Location Based Coupon</i>	43
Tabel 4.11. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	45
Tabel 4.12. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	46
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas Data	46
Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas Data.....	48
Tabel 4.15. Hasil <i>Goodness of Fit</i>	49
Tabel 4.16. Pengujian Hipotesis.....	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model <i>Theory Reasoned Action</i>	11
Gambar 2.2. Kerangka Model	24
Gambar 4.1. Diagram <i>Estimate</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Data Responden
- Lampiran 4. Statistik Responden
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Output LISREL
- Lampiran 7. Path Diagram

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tiga faktor penentu dalam penggunaan tiket berbasis lokasi yaitu *money savings*, *convenience*, dan *hedonic motivation* terhadap *intention of using location based coupon* melalui *attitude toward location based coupon* sebagai mediasi. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di Matahari Department Store wilayah Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM dan menggunakan program LISREL 8.80. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling*, dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 160 responden. Hasil penelitian membuktikan (1) *Money savings* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward location based coupon* pada Matahari Department Store Surabaya, (2) *Convenience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward location based coupon* pada Matahari Department Store Surabaya, (3) *Hedonic motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward location based coupon* pada Matahari Department Store Surabaya, (4) *Attitude toward location based coupon* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention of using location based coupon* pada Matahari Department Store Surabaya, (5) *Money savings* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention of using location based coupon* dengan *attitude toward location based coupon* sebagai mediasi pada Matahari Department Store Surabaya, (6) *Convenience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention of using location based coupon* dengan *attitude toward location based coupon* sebagai mediasi pada Matahari Department Store Surabaya, (7) *Hedonic motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention of using location based coupon* dengan *attitude toward location based coupon* sebagai mediasi pada Matahari Department Store Surabaya.

Kata Kunci : *Money Savings, Convenience, Hedonic Motivation, Attitude Toward Location Based Coupon, Intention of Using Location Based Coupon.*

**THE EFFECT OF MONEY SAVINGS, CONVENIENCE, AND HEDONIC
MOTIVATION TOWARD THE INTENTION OF USING LOCATION
BASED COUPON AT MATAHARI DEPARTMENT STORE SURABAYA
WITH AN ATTITUDE TOWARD LOCATION BASED COUPON AS
MEDIATION**

ABSTRACT

This research was conducted with the aim to determine the effect of three determinants in using location based coupon, namely money savings, convenience, and hedonic motivation toward intention of using location based coupon through attitude toward location based coupon as mediation. The objects in this study were consumers who had shopped at the Matahari Department Store area of Surabaya. The data analysis technique used in this study was SEM and used LISREL 8.80 program. The sampling technique used was nonprobability sampling, by purposive sampling. The sample used in this study amounted to 160 respondents. Research results prove (1) Money savings has a positive and significant effect on attitude toward location based coupon on MATAHARI Department Store Surabaya, (2) Convenience have a positive and significant effect on attitude toward location based coupon on MATAHARI Department Store Surabaya, (3) Hedonic motivation has a positive and significant effect attitude toward location based coupon on MATAHARI Department Store Surabaya, (4) Attitude toward location based coupon has a positive effect and significant toward intention of using location based coupon on MATAHARI Department Store Surabaya (5) Money savings has a positive and significant effect on intention of using location based coupon with attitude toward location based coupon as mediation on MATAHARI Department Store Surabaya, (6) Convenience has a positive and significant effect on intention of using location based coupon with attitude toward location based coupon as mediation on MATAHARI Department Store Surabaya, (7) Hedonic Motivation has a positive and significant effect on intention of using location based coupon with attitude toward location based coupon as mediation on MATAHARI Department Store Surabaya.

Keywords : *Money Savings, Convenience, Hedonic Motivation, Attitude Toward Location Based Coupon, Intention of Using Location Based Coupon.*