

**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI, ENDORSMENT,
IKLAN, DAN NEUROTISME TERHADAP PEMBELIAN
KOMPULSIF MELALUI MATERIALISME PADA
KONSUMEN PULL AND BEAR DI SURABAYA**



OLEH:
YUSRIL SUDANTO
3103015099

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020

**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI, ENDORSMENT,
IKLAN, DAN NEUROTISME TERHADAP PEMBELIAN
KOMPULSIF MELALUI MATERIALISME PADA
KONSUMEN PULL AND BEAR DI SURABAYA**

SKRIPSI S1
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Bisnis

YUSRIL SUDANTO
3103015099

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI, ENDORSEMENT,
IKLAN, DAN NEUROTISME TERHADAP PEMBELIAN
KOMPULSIF MELALUI MATERIALISME PADA
KONSUMEN PULL AND BEAR DI SURABAYA**

OLEH:

**YUSRIL SUDANTO
3103015099**

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing 1,



Dr. Dra. Ec, Lydia Ari Widyarini, M.M.,
NIDN : 0727036701
Tanggal :

Pembimbing 2,



Marlana Junaedi, SE., M.Si.,
NIDN : 0725127401
Tanggal :

HALAMAN PENGESAHAN

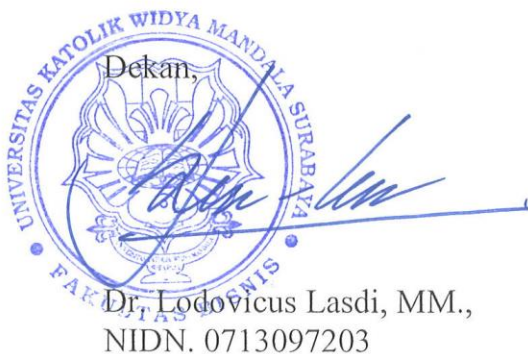
Skripsi yang ditulis oleh: Yusril Sudanto, NRP: 3103015099, Telah diuji pada tanggal 16 Januari 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Christina Esti Susanti SE., M.M., CPM(AP)
NDIN. 0722076501

Mengetahui:



Dekan,
Dr. Lodovicus Lasdi, MM.,
NIDN. 0713097203

Ketua Jurusan,

Robertus Sigit H.L.SE.M.SC.,
NIDN. 0703087902

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yusril Sudanto

NRP : 3103015099

Judul Skripsi : Pengaruh Kelompok Referensi, Endorsment, Iklan, Dan Neurotisme Terhadap Pembelian Kompulsif Melalui Materialisme Pada Konsumen Pull And Bear Di Surabaya

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

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

Surabaya, 06 Januari 2020
Yang menyatakan



(Yusril Sudanto)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga peneliti mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Penelitian tugas akhir ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Bisnis Strata Satu (S1) pada Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Selama penyusunan Tugas Akhir ini peneliti menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan juga bimbingan dari berbagai pihak, peneliti akan sangat kesulitan menyelesaikannya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti hendak menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut membantu peneliti untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini, antara lain:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Manajemen yang turut serta memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti.
3. Ibu Dr. Dra. Ec, Lydia Ari Widyarini, M.M., selaku dosen pembimbing pertama yang telah bersedia memberikan waktu, ilmu dan tenaga untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Marliana Junaedi, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing kedua yang telah bersedia memberikan waktu, ilmu dan tenaga untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan penuh selama penelitian Tugas Akhir ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti selama proses perkuliahan.

7. Segenap staff di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah membantu peneliti dalam mengurus segala keperluan administrasi.
8. Teman-teman peneliti yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada peneliti selama penelitian Tugas Akhir ini.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu yang turut berperan dalam membantu dan memberikan dukungan bagi peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh sebab itu, kritik dan saran dari para pembaca akan sangat bermanfaat bagi peneliti. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membaca.

Surabaya, Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1 Pendahuluan.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.2. Penelitian Terdahulu	13
2.3. Hubungan Antar Variabel	15
2.4. Kerangka Teori.....	18
2.5. Perumusan Hipotesis	18
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	19
3.1. Desain Penelitian.....	19

3.2. Identifikasi Variabel.....	19
3.3. Definisi Operasional.....	20
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	22
3.5. Pengukuran Variabel.....	22
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	23
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.8. Teknik Analisis Data.....	24
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1. Hasil Analisis Data.....	39
4.2. Pembahasan.....	48
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	52
5.1. Simpulan.....	52
5.2. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	14
Tabel 4.1. Jenis Kelamin	27
Tabel 4.2. Usia	28
Tabel 4.3. Pembelian di toko Pull and Bear dalam 6 bulan terakhir.....	28
Tabel 4.4. Tingkat Pendidikan Terakhir.....	29
Tabel 4.5. Jenis Pekerjaan	30
Tabel 4.6. Tingkat Pengeluaran Tiap Bulan.....	30
Tabel 4.7. Interval Rata - Rata Skor.....	31
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel Kelompok Referensi.....	31
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel Endorsement dari Publik Figur	32
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel Iklan TV	33
Tabel 4.11. Statistik Deskriptif Variabel Neurotisme	34
Tabel 4.12. Statistik Deskriptif Variabel Materialisme.....	34
Tabel 4.13. Statistik Deskriptif Variabel Pembelian Kompulsif.....	35
Tabel 4.14. Nilai Outer Loading Masing-Masing Indikator	37
Tabel 4.15. Nilai Cross Loading	38
Tabel 4.16. Nilai AVE.....	39
Tabel 4.17. Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.18. Uji R-Square.....	40
Tabel 4.19. Inner Model (Uji Hipotesis)	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Tingkat kategori Produk yang Terjual (%)	1
Gambar 2.1. <i>Customer Decision Model</i>	9
Gambar 2.2. Model Kerangka Teori	18
Gambar 4.1. Outer Model	41
Gambar 4.2. Inner Model (Uji Hipotesis)	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Hasil Kuesioner

Lampiran 3. Karakteristik Responden

Lampiran 4. Statistik Deskriptif

Lampiran 5. PLS Algorithm (Outer Model)

Lampiran 6. Bootstrapping (Inner Model)

ABSTRAK

Pembelian kompulsif merupakan bentuk abnormal atau ketidak normalan pada aktivitas belanja seseorang yang ditandai oleh dorongan ekstrem, tidak terkendali, dan berulang untuk membeli, serta mengabaikan konsekuensinya. Pembelian kompulsif ini pada umumnya terjadi karena konsumen tersebut memiliki sifat hedonik, yang selalu menilai suatu produk dari nilai produk tersebut yang dapat meningkatkan kepercayaan diri, pandangan sosial, dan nilai sosial terhadap konsumen yang disebut materialistis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kelompok referensi, endorsment, iklan, dan neurotisme terhadap pembelian kompulsif melalui materialisme pada konsumen Pull and Bear di Surabaya.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para konsumen Pull and Bear di Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan syarat pernah mengunjungi Pull and Bear Galaxy Mall Surabaya dan memiliki *Gift Card*. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 144 orang konsumen.

Variabel dalam penelitian ini adalah kelompok referensi, endorsement publik figure, iklan TV, dan neurotisme sebagai variabel eksogen serta materialism dan pembelian kompulsif sebagai variabel endogen. Selanjutnya, penulis mengolah data hasil penelitian menggunakan SMART PLS 2.0 untuk memperoleh kesimpulan yang signifikan berdasarkan hasil penelitian tersebut. Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dihitung, maka hasil penelitian ini yaitu kelompok referensi, endorsement publik figure, iklan TV, dan neurotisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap materialisme. Selain itu materialisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian kompulsif

Kata Kunci: Kelompok Referensi, Endorsment, Iklan, Neurotisme, Materialisme, Pembelian Kompulsif.

ABSTRACT

Compulsive buying is an abnormal form or abnormality in a person's shopping activity characterized by extreme, uncontrolled, and repetitive boosts to purchase, ignoring the consequences. This compulsive buying generally occurs because the consumer has a hedonic nature, which always assesses a product of the value of that product that can improve confidence, social outlook, and social value to consumers called materialistic. The aim of the study was to determine the influence of reference groups, endorsements, advertisements, and neurotism on the compulsive buying through materialism of the Pull and Bear consumers in Surabaya.

The population used in this research is the Pull and Bear consumers in Surabaya. Sampling technique uses purposive sampling on the condition of visiting Pull and Bear Galaxy Mall Surabaya and has a Gift Card. The number of samples studied as many as 144 consumers.

Variables in this study are group references, public endorsements figures, TV commercials, and neurotism as exogenous variables as well as materialism and compulsive buying as endogenous variables. Furthermore, the authors process the data of the research results using SMART PLS 2.0 to get a significant conclusion based on the results of the study. Based on the testing of the hypothesis that has been calculated, the results of this research include reference groups, public endorsements figures, TV commercials, and neurotism influence positive and significant to materialism. In addition, materialism is positively and significantly affected by compulsive buying

Keywords: Group Reference, Endorsement, Advertising, neurotism, Materialism, Compulsive Buying