

PENGARUH CONSUMERS BUYING TENDENCIES PADA
PEMBELIAN UTILITARIAN DAN HEDONIC SHOPPING VALUE
TERHADAP CONSUMER SHOPPING SATISFACTION PADA GERAI
LEECOOPER JEANS TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Skripsi S-1



OLEH:

PRILLY LAURENTHYA NUGROHO

3103008201

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014

PENGARUH CONSUMERS BUYING TENDENCIES PADA
PEMBELIAN UTILITARIAN DAN HEDONIC SHOPPING VALUE
TERHADAP CONSUMER SHOPPING SATISFACTION PADA GERAJ
LEECOOPER JEANS TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

PRILLY LAURENTHYA NUGROHO

3103008201

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2014

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembanganilmupengetahuan, sayasebagaimahasiswa UNIKA Widya Mandala Surabaya.

Saya yang bertandatangandibawahini:

Nama : PrillyLaurenthyaNugroho

NRP : 3103008201

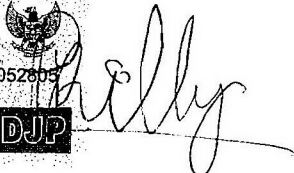

JudulSkripsi :Pengaruh Consumers Buying Tendencies PadaPembelian Utilitarian dan Hedonic Shopping Value Terhadap Consumer Shopping SatisfactionPadaGeraiLeecopper Jeans Tunjungan Plaza Surabaya.

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 UnikaWidya 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, 20 Januari 2014

Yang menyatakan

(PrillyLaurenthyaNugroho)

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH CONSUMERS BUYING TENDENCIES PADA
PEMBELIAN UTILITARIAN DAN HEDONIC SHOPPING VALUE
TERHADAP CONSUMER SHOPPING SATISFACTION PADA GERAI
LEE COOPER JEANS TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

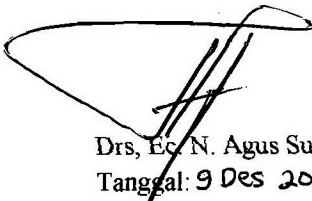
OLEH:

Prilly Laenthya Nugroho

3103008201

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Drs, Ec, N. Agus Sunaryanto, MM
Tanggal: 9 Des 2013

Pembimbing II,



Veronika Rahmawati, SE, MSi
Tanggal: 9 Des 2013

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi tugas akhir yang ditulis oleh Prilly Laurenthya Nugroho NRP:
3103008201

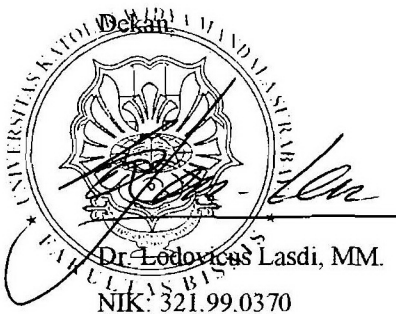
Telah diajukan pada tanggal 20 Januari 2014 dihadapan tim penilai.

Ketua Tim Penilai



Drs. Margaretha Ardhanari. SE, MSi

Mengetahui



Dekan
UNIVERSITAS KATOLIK INDONESIA
FACULTAS BISNIS
Dr. Lodovikus Lasdi, MM.
NIK: 321.99.0370

a.n Ketua Jurusan,
Sekretaris Jurusan



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

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan berkat rahmat-Nya dan pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Consumers Buying Tendencies pada Pembelian Utilitarian dan Hedonic Shopping Value Terhadap Consumer Shopping Satisfaction pada Gerai Leecooper Jeans Tunjungan Plaza Surabaya”. Ada pun tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada jenjang strata satu (S-1) di Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Ulniversitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan, disebabkan keterbatasan-keterbatasan serta kendala-kendala yang dihadapi penulis saat menyusun skripsi ini. Dalam proses penyusunan skripsi, penulis menerima bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, selayaknya pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

2. Bapak Drs. Ec. N. Agus Sunarjanto MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran perbaikan serta masukan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang memberikan bimbingan, saran perbaikan serta masukan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu selaku pengajar Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah membekali ilmu dan pengetahuan yang tidak ternilai selama penulis menjadi mahasiswa.
5. Orang tua yang telah memberikan dukungan melalui doa dan kebersamaannya baik moral maupun moril hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Sahabat-sahabat terbaik penulis, Inke Maria, Ristra Prawesty, Angel Koloay, Elisabeth Widjaya, Jinny Lasut, Ardhy Sukardjo dan seluruh KeluargaNugroho, Lui dan Untu atas segala dukungan dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman penulis dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak

memberi bantuan, dorongan dan semangat selama penyusunan skripsi ini.

Kiranya segala kebaikan dan perhatian yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Yesus Kristus. Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang memerlukan.

Surabaya, 20 Januari 2014

Prilly Laurenthya Nugroho

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	11
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.4 Model Penelitian.....	30
2.5 Hipotesis Penelitian.....	31
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Identifikasi Variabel.....	32

3.3 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.5 Teknik Pengukuran Variabel.....	37
3.6 Alat Metode dan Pengumpulan Data.....	37
3.7 Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	39
3.9 Teknik Analisis Data.....	41
3.10 Pengujian Hipotesis.....	45
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Responden Penelitian.....	46
4.2 Evaluasi Data Penelitian.....	49
4.3 Analisis Deskriptif.....	56
4.4 Analisa <i>Structural Equation Model</i>	62
4.5 Pengujian Model Fit.....	66
4.6 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	67
4.7 Pembahasan.....	68
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	75
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

- Tabel 2.1. Perbandingan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini
- Tabel 4.1. Distribusi Frekuensi Responden Penelitian Berdasarkan usia
- Tabel 4.2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan
- Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan
- Tabel 4.5. Data Responden Dengan Data Outlier
- Tabel 4.6. Hasil Uji validitas Kuesioner Penelitian
- Tabel 4.7. Uji Normalitas Data
- Tabel 4.8. Klasifikasi Variabel Penelitian
- Tabel 4.9. Nilai mean dan Deviasi Standar Variabel *Variety seeking buy tendency*
- Tabel 4.10. Nilai mean dan Deviasi Standar Variabel *Compulsive buy tendency*
- Tabel 4.11. Nilai mean dan Deviasi Standar Variabel *Impulsive buy tendency*
- Tabel 4.12. Nilai mean dan Deviasi Standar Variabel *Price sensitivity*
- Tabel 4.13. Nilai mean dan Deviasi Standar Variabel *Utilitarian value*
- Tabel 4.14. Nilai mean dan Deviasi Standar Variabel *Hedonic value*
- Tabel 4.15. Nilai mean dan Deviasi Standar Variabel *Consumer shopping satisfaction*
- Tabel 4.16. Penilaian Model *Fit*
- Tabel 4.17. Pengujian Hipotesis Penelitian

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1. Model Penelitian
- Gambar 4.1. Measurement Model Variabel Bebas
- Gambar 4.2. Measurement Model Variabel Terikat
- Gambar 4.3. Structural Model Penelitian

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Profil Responden

Lampiran 3. Uji Outlier

Lampiran 4. Uji Normalitas

Lampiran 5. Output SEM

Lampiran 6. Data Kuesioner Penelitian

PENGARUH CONSUMERS BUYING TENDENCIES PADA
PEMBELIAN UTILITARIAN DAN HEDONIC SHOPPING
VALUE TERHADAP CONSUMER SHOPPING SATISFACTION
PADA GERAJ LEECOOPER JEANS TUNJUNGAN PLAZA
SURABAYA

Prilly Laurenthya Nugroho

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja. Objek dari penelitian ini adalah konsumen Leecooper Jeans yang berada di *tenant* dan department store Tunjungan Plaza Surabaya. Penelitian ini ingin mengungkapkan pengaruh dari *consumers buying tendencies* pada pembelian *utilitarian* dan *hedonic shopping value* terhadap *consumer shopping satisfaction* LeeCooper Jeans yang berlokasi di *department store* dan *tenant* LeeCooper Jeans Tunjungan Plaza Surabaya. Data penelitian diambil dengan membagikan kuesioner kepada 150 responden yang telah berbelanja lebih dari 2 kali dalam sebulan di LeeCooper Jeans. Teknik analisis menggunakan *Structural Equation Model*. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa 7 dari 10 hipotesis yang ada menunjukkan adanya pengaruh positif *consumers buying tendencies* terhadap *utilitarian* dan *hedonic shopping value* pada *consumer shopping satisfaction*.

kata kunci: *variety seeking buy tendencies*, *compulsive buy tendencies*, *impulsive buy tendencies*, *price sensitivity*, *utilitarian value*, *hedonic value*, *consumer shopping satisfaction*.

THE EFFECT OF CONSUMERS BUYING TENDENCIES ON
UTILITARIAN AND HEDONIC VALUE TOWARD
CONSUMER SHOPPING SATISFACTION AT TENANT OF LEE
COOPER JEANS TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Prilly Laurenthya Nugroho

Abstract

This study analyzes the factors that influence consumer behavior in shopping. Object of this study is the consumer Lee Cooper Jeans who had purchase product on *tenant* or department store at Tunjungan Plaza Surabaya. This study wants to reveal the influence of consumers buying tendencies on utilitarian and hedonic shopping purchase value to the consumer shopping satisfaction Jeans LeeCooper located in department stores and tenants at Tunjungan Plaza Surabaya. The data were taken by distributing questionnaires to 150 respondents who had shopped more than 2 times a month in LeeCooper Jeans. Analysis technique that was used Structural Equation Models. The results of this study revealed that 7 of the 10 hypotheses exist which show the positive influence consumers buying tendencies on utilitarian and hedonic shopping value on consumer shopping satisfaction.

Keywords: variety seeking buy tendencies, compulsive buy tendencies, impulsive buy tendencies, price sensitivity, utilitarian value, hedonic value, consumer shopping satisfaction.