

**FAKTOR KUNCI YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
BELANJA KONSUMEN DI ERAFONE  
TUNJUNGAN PLAZASURABAYA**



**OLEH:  
MANJAYA PUTRA  
3103013248**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017**

**FAKTOR KUNCI YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
BELANJA KONSUMEN DI ERAFONE  
TUNJUNGAN PLAZASURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

**untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Jurusan Manajemen**

**OLEH:**

**MANJAYA PUTRA**

**3103013248**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**FAKTOR KUNCI YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
BELANJA KONSUMEN DI ERA FONE  
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**OLEH:  
MANJAYA PUTRA  
3103013248**

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji

Dosen Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si  
Tanggal: 11 Jan 2017

Dosen Pembimbing II,



Veronika Rahmawati, SE., M.Si  
Tanggal: 11 Jan 2017

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Manjaya Putra  
NRP : 3103013248  
Telah diuji pada tanggal 25 Januari 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji

Ketua Tim Penguji :





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

Mengetahui:

Dekan ,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak.  
NIK. 321.99.0370



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si  
NIK. 311.99.0369

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, sebagai Mahasiswa/i Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Manjaya Putra

NRP : 3103013248

Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Belanja Konsumen Di Erafone Tunjungan Plaza Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarisme*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 13 Januari 2017

Yang menyatakan,



Manjaya Putra

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas berkat penyertaan, perlindungan dan kasih karunia-Nya, sehingga penulisan skripsi yang berjudul “Faktor Kunci yang Mempengaruhi Perilaku Belanja Konsumen di Erafone Tunjungan Plaza Surabaya” dapat terselesaikan dengan sangat baik.

Keberhasilan yang dicapai penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, pengarahan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Unika Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengarahan yang sangat berguna, dan saran-saran yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si selaku dosen pembimbing II yang juga telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengajaran dan pengarahan yang sangat membantu, ide dan saran-saran yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Keluarga tercinta yang sudah memberikan dukungan baik finansial maupun spiritual demi keberhasilan penulisan skripsi ini.

6. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis, baik selama perkuliahan maupun di luar jam perkuliahan.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah banyak memberikan bantuan dan dorongan semangat selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan, saran, dan kritik yang membangun. Penulis juga berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan menjadi sumbangan bagi ilmu pengetahuan. Penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Akhir kata, penulis hanya dapat memanjatkan doa agar Tuhan melimpahkan kasih dan membalas kebaikan Anda semua.

Surabaya, 13 Januari 2017

Penulis

Manjaya Putra

## 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 .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Peneltian .....	6
1.5. Sistematika Penulisan .....	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasan Teori .....	10
2.3. Kerangka Pemikiran .....	24
BAB 3. METODE PENELITIAN .....	25
3.1. Jenis Penelitian .....	25
3.2. Definisi Operasional .....	25
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	31



3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	31
3.5. Teknik Pengukuran Variabel .....	32
3.6. Analisis Data.....	33
<b>BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.1. Diskriptif Karakteristik Responden .....	38
4.2. Diskriptif Jawaban Responden .....	40
4.3. Analisis Faktor.....	44
4.4. Pembahasan .....	47
<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>57</b>
5.1. Simpulan.....	57
5.2. Saran .....	58

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Gerai Resmi <i>Handphon</i> menurut <i>Top Brand Award</i> .....	3
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang..	9
Tabel 4.1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	40
Tabel 4.2. Karakteristik responden berdasarkan usia Tabel .....	40
Tabel 4.3. Karakteristik responden berdasarkan status .....	41
Tabel 4.4. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan.....	41
Tabel 4.5. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan .....	42
Tabel 4.6. Deskriptif Jawaban Responden.....	42
Tabel 4.7. KMO and Bartlett's Test .....	47
Tabel 4.8. Total Variance Explained .....	47
Tabel 4.9. Rotated Component Matrix .....	48

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Proses Belanja.....	12
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran Perilaku Belanja Konsumen (Customer Shopping Behaviour).....	26

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Deskriptif Responden

Lampiran 3. Data Jawaban Responden

Lampiran 4. Frekuensi Jawaban Responden

Lampiran 5. Analisis Faktor

## ABSTRAK

Saat ini masyarakat sangat butuh informasi, baik dari berbagai sumber seperti media elektronik dan media cetak, sekarang ini pengguna *smartphone* sangat banyak karena perangkat ini sangat mudah digunakan dan dibawa kemana-mana untuk mengakses informasi, semakin banyaknya pengguna semakin banyak pula toko-toko *handphone* yang bermunculan salah satunya adalah Erafone. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku belanja konsumen di Erafone Tunjungan Plaza Surabaya. Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini adalah *Employee Nature, Merchandise Display, Store Atmospheric, Store Opening, Employee Merchandise Knowledge, Store Cleanliness, Store Checkout Time, Reference Groups, Family, Role and Status, Age, Profession, Education* dan *Income*.

Penelitian ini menggunakan populasi seluruh orang yang pernah berbelanja di Erafone Tunjungan Plaza Surabaya dan diambil sampel sebanyak 100 responden, selanjutnya pengambilan data melalui proses penyebaran kuesioner. Objek penelitian ini adalah konsumen toko Erafone di Tunjungan Plaza Surabaya, dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis Faktor Eksploratori digunakan dalam menganalisis data. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa terdapat 4 (Empat) faktor baru berdasarkan nilai eigen lebih dari 1 yaitu faktor 1 (*Shopping Experience*) terdiri dari *Employee Nature, Store Cleanliness, Employee Knowledge, Merchandise Display, dan Store Checkout Time*. Faktor 2 (*Purchase Booster*) terdiri dari *Reference Group, Family, Role and Status, dan Store Atmosphere*. Faktor 3 (Pekerjaan) terdiri dari *Income dan Profession*. Faktor 4 (Kesesuaian Pelayanan Toko) terdiri dari *Age, Store opening dan Education*.

**Kata Kunci:** *Perilaku Belanja Konsumen, Employee Nature, Merchandise Display, Store Atmospheric, Store Opening, Employee Merchandise Knowledge, Store Cleanliness, Store Checkout Time, Reference Groups, Family, Role and Status, Age, Profession, Education dan Income*

## **ABSTRACT**

*It is the people really need the information, either from a variety of sources such as electronic media and print media, today's smartphone users very much because the device is very easy to use and carry anywhere access to information, the increasing number of users more and more also stores a cell phone sprung one of which is Erafone. This study aimed to analyze the factors that influence consumer shopping behavior in Erafone Tunjungan Plaza Surabaya. The variables analyzed in this study is the Employee Nature, Merchandise Display, Store Atmospheric, Store Opening, Employee Knowledge Merchandise, Store Cleanliness, Store Checkout Time, Reference Groups, Family, Role and Status, Age, Profession, Education and Income.*

*This study uses the entire population of people who shopped on Erafone Tunjungan Plaza Surabaya and taken a sample of 100 respondents, the data collection through questionnaires. The object of this study is that consumers shop Erafone in Tunjungan Plaza Surabaya, using purposive sampling method. Exploratory factor analysis is used to analyze the data. From the research that has been done shows that there are 4 (four) new factor based on the eigenvalues of more than 1 ie factor 1 (Shopping Experience) comprised of Employee Nature, Store Cleanliness, Employee Knowledge, Merchandise Display, and Store Checkout Time. Factor 2 (Purchase Booster) consists of a Reference Group, Family, Role and Status, and Store Atmosphere. Factor 3 (Jobs) consists of Income and Profession. Factor 4 (Compliance Services Shop) consists of Age, Store opening and Education.*

**Keywords:** *Consumer Shopping Behavior, Employee Nature, Merchandise Display, Store Atmospheric, Store Opening, Employee Knowledge Merchandise, Store Cleanliness, Store Checkout Time, Reference Groups, Family, Role and Status, Age, Profession, Education and Income*