

PENGARUH *SHOPPING EMOTION* DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF DENGAN DIMODERASI *BUYING IMPULSIVENESS TRAIT* DI ALFAMART SURABAYA

Skripsi S-1



Oleh:

BETRIS YULIANA

3103006384

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2010

PENGARUH *SHOPPING EMOTION* DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF DENGAN DIMODERASI *BUYING IMPULSIVENESS TRAIT* DI ALFAMART SURABAYA

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
BETRIS YULIANA
3103006384

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2010

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *SHOPPING EMOTION* DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF DENGAN DIMODERASI *BUYING IMPULSIVENESS TRAIT* DI ALFAMART SURABAYA


OLEH:

BETRIS YULIANA

3103006384


**Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji**

Pembimbing I



Ch. Whidya Utami, Dr.
Tanggal:

Pembimbing II



Ani Suhartatik, Dra. Ec., MM.
Tanggal: 15 Juli 2010

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Betris Yuliana NRP 3103006384 Telah diuji pada tanggal 29 Juli 2010 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

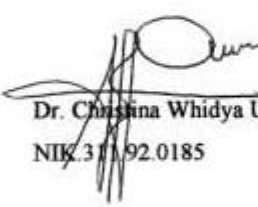
Ketua Tim Penguji:




Dr. Christina Whidya Utami, MM.

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Christina Whidya Utami, MM.
NIK. 311.92.0185



Drs. EC Yulius Koesworo, MM
NIK. 311.89.0152

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Nama : Betris Yuliana
NRP : 3103006384

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya :

Judul :

Pengaruh *Shopping Emotion* dan *Perceived Risk* terhadap Perilaku
Pembelian Impulsif dengan Dimoderasi *Buying Impulsiveness Trait* di
Alfamart Surabaya

Untuk 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 persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat
dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 Juli 2010

Yang menyatakan,



Betris Yuliana

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kasih karunia Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan berkat dan anugrahNya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan. Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Christina Whidya Utami, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Yulius Runtu, M.Si. selaku Seketaris Fakultas Ekonomi Universitas KatolikWidya Mandala Surabaya.
3. Bapak Drs. Yulius Koesworo, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE.,M.Si. selaku Seketaris Jurusan Ekonomi Universitas KatolikWidya Mandala Surabaya.
5. Ibu Dr. Christina Whidya Utami, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan dan petunjuk selama proses penyusunan sampai terselesainya skripsi ini.
6. Ibu Ani Suhartatik, Dra. Ec. MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan dan petunjuk selamam proses penyusunan skripsi ini.

7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
8. Petugas perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya yang telah membantu penulis dalam peminjaman literatur.
9. Orang tua yang selalu menyemangati, mendoakan, dan membantu secara moril maupun materil selama penulis mengikuti perkuliahan, yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi.
10. Teman-teman seangkatan dan seperjuangan yang turut membantu selama masa perkuliahan sampai pengerjaan skripsi ini hingga selesai, antara lain: Ratih Sukma Dewi, Zefyrina Rohita S, Anita Sari Dewi, Christina Prasetyo, Boy Michael, Frenky Wongso, Elizabeth Limantoro, dan Vincensius Stevy.
11. Semua rekan dan pihak lain yang tidak dapat disebutkan satupersatu yang selama ini memberikan dukungan.

Semoga atas bimbingan serta perhatian yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Surabaya, 12-07-2010

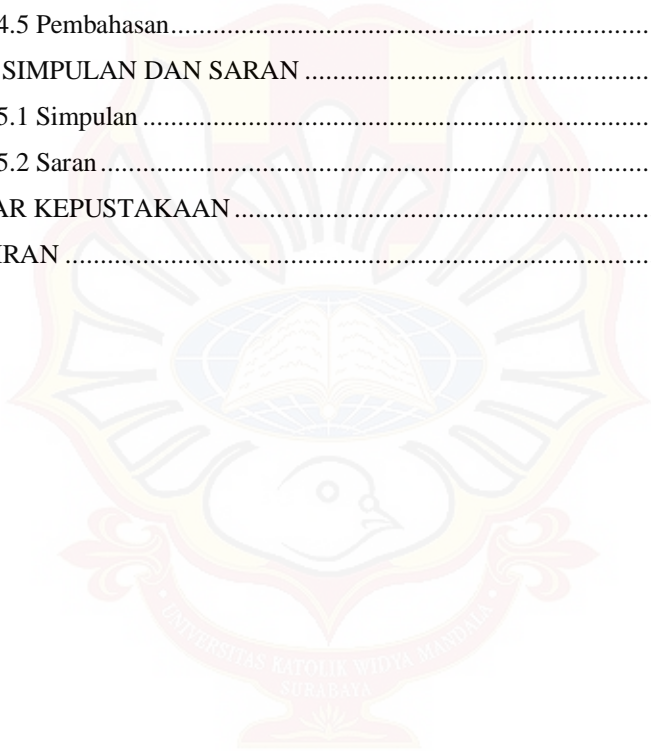
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	
HALAMAN PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAKSI.....	x
BAB1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Skripsi	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasn Teori.....	9
A. <i>Shopping Emotion</i>	9
B. <i>Perceived Risk</i>	14
C. Perilaku Pembelian Impulsif.....	17
D. <i>Buying Impulsiveness Trait</i>	20
E. Hubungan <i>Shopping Emotion</i> dan Perilaku Pembelian Impulsif	22

F. Hubungan <i>perceived risk</i> dan Perilaku Pembelian Impulsif	23
G. Hubungan <i>Shopping Emotions</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i> dimoderasi oleh <i>Buying Impulsiveness Trait</i>	24
H. Hubungan <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i> dimoderasi oleh <i>Buying Impulsiveness Trait</i>	25
2.3 Model Analisis	25
2.4 Hipotesis	26
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis penelitian.....	28
3.2 Identifikasi Variabel	29
3.3 Definisi Operasional	30
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	32
3.5 Pengukuran Data	32
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data	33
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	33
3.8 Teknik Analisis Data	33
3.8.1 Uji <i>Validitas dan Uji Reabilitas</i>	34
3.8.2 Analisis <i>Moderated Regression</i>	36
Bab 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Karakteristik Obyek Penelitian.....	39
4.2 Tanggapan Responden	41
A. Variabel <i>Shopping Emotion Pleasure</i>	42
B. Variabel <i>Shopping Emotion Arousal</i>	43
C. Variabel <i>Perceived Risk</i>	44
D. Variabel <i>Buying Impulsiveness Trait</i>	45
E. Variabel Perilaku Pembelian Impulsif.....	47

4.3 Analisis Data	49
A. Uji Validitas dan Reliabilitas	49
B. <i>Moderated Regression Analysis</i>	53
4.4 Pengujian Hipotesis	63
A. Uji F	63
B. Uji T	64
4.5 Pembahasan.....	72
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Simpulan	77
5.2 Saran.....	79
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Nomor:	Halaman
2.1 Efek warna yang berbeda dalam sebuah toko eceran.....	12
4.1 Karakteristik Responden.....	40
4.2 Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	42
4.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Shopping Emotion Pleasure</i>	43
4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Shopping Emotion Arousal</i>	44
4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Risk</i>	45
4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Buying Impulsiveness Trait</i>	46
4.7 Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif	48
4.8 Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X_1	50
4.9 Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X_2	50
4.10 Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X_3	51
4.11 Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X_4	52
4.12 Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Y	53
4.13 Hasil Perhitungan Regresi Berganda <i>Shopping Emotion Pleasure, Shopping Emotion Arousal, Perceived Risk, dan Perilaku Pembelian Impulsif</i>	54
4.14 Korelasi Berganda dan Determinasi Berganda <i>Shopping Emotion Pleasure, Shopping Emotion Arousal, Perceived Risk, dan Perilaku Pembelian Impulsif</i>	56
4.15 Hasil Perhitungan Regresi Moderasi X_1X_4	57
4.16 Koefisien Determinasi X_1X_4	58
4.17 Hasil Perhitungan Regresi Moderasi X_2X_4	59
4.18 Koefisien Determinasi X_2X_4	60
4.19 Hasil Perhitungan Regresi Moderasi X_3X_4	61
4.20 Korelasi dan Determinasi X_3X_4	62

4.21 Hasil Uji Simultan <i>Shopping Emotion Pleasure</i> , <i>Shopping Emotion Arousal</i> , dan <i>Perceived Risk</i> terhadap Perilaku Pembelian Impulsif	63
4.22 Hasil Analisis Uji Parsial <i>Shopping Emotion Pleasure</i> , <i>Shopping Emotion Arousal</i> , dan <i>Perceived Risk</i> terhadap Perilaku Pembelian Impulsif.....	65
4.23 Hasil Analisis Uji Parsial <i>Shopping Emotion Pleasure</i> terhadap Perilaku Pembelian Impulsif dengan Dimoderasi <i>Buying Impulsiveness Trait</i>	68
4.24 Hasil Analisis Uji Parsial <i>Shopping Emotion Arousal</i> terhadap Perilaku Pembelian Impulsif dengan Dimoderasi <i>Buying Impulsiveness Trait</i>	69
4.25 Hasil Analisis Uji Parsial <i>Perceived Risk</i> terhadap Perilaku Pembelian Impulsif dengan Dimoderasi <i>Buying Impulsiveness Trait</i>	71

DAFTAR GAMBAR

Nomor :	Halaman
2.1 Model dari Dampak Suasana Toko.....	10
2.2 Model Analisis	25



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor:

1. Kuesioner
2. Hasil Pengisian Responden Untuk Masing-masing Variabel Penelitian
3. Hasil Uji *Validitas* dan *Reliabilitas*
4. Hasil Pengolahan Data dengan Menggunakan Regresi Linier Berganda
5. Hasil Pengolahan Data dengan Menggunakan Regresi Moderasi



Abstraksi

Perilaku pembelian impulsif merupakan proses pembelian konsumen yang cenderung secara spontan dan seketika tanpa direncanakan terlebih dahulu. Pembelian yang dilakukan tanpa rencana ini dapat disebabkan oleh beberapa hal antara lain *shopping emotion*, *perceived risk* dan moderasi *buying impulsiveness trait*.

Tujuan penelitian ini adalah diharapkan untuk mengetahui dan menganalisis apakah pengaruh *shopping emotion* dan *perceived risk* terhadap perilaku pembelian impulsif dengan dimoderasi *buying impulsiveness trait* di Alfamart Surabaya.

Penelitian ini dilakukan dengan cara survey. Kuesioner dibagikan kepada seluruh pelanggan Alfamart di Surabaya. Pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dimana penyebaran kuesioner dilakukan peneliti berdasarkan pertimbangan peneliti pada responden yang pernah berbelanja di Alfamart. Jumlah sampel adalah 100 orang. Alat analisis yang digunakan adalah *moderated regression analysis*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel *shopping emotion pleasure*, *shopping emotion arousal* dan *perceived risk* terhadap perilaku pembelian impulsif. Selain itu variabel moderasi *buying impulsiveness trait* juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *shopping emotion pleasure* dan *arousal*, namun hanya pada *perceived risk* menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan. Kata kunci: perilaku pembelian impulsif

Abstract

Impulsive buying behavior of consumers who are purchasing process tends to be spontaneous and immediate, without derencanakan first. Purchases made without a plan could be caused by several things such as shopping emotion, perceived risk and moderation buying impulsiveness trait. The purpose of this study is expected to study and analyze whether the influence of emotion and perceived risk shopping on impulsive buying behavior is moderated by buying impulsiveness trait in Alfamart Surabaya.

This research was conducted by a survey. Questionnaires were distributed to all subscribers Alfamart in Surabaya. Sampling using a non-probability sampling in which the dissemination of a questionnaire conducted by researcher Based on consideration of researchers on the respondents who had shopped at Alfamart. Total sample was 100 people. The analysis tools are moderated regression analysis.

The results showed that there is significant influence between variable of emotion Pleasure shopping, shopping emotion arousal and perceived risk on impulsive buying behavior. Besides buying impulsiveness trait moderating variables also showed significant effect on emotion shopping pleasure and arousal, but only on the perceived risk shows not significant influence.

Key word: Impulsive buying behavior