

PENGARUH *FINANCIAL AVAILABILITY*, *IMPULSIVITY* DAN  
*PSYCHOLOGICAL ATTACHMENT* TERHADAP *IMPULSE*  
*BUYING* PADA KONSUMEN SPORTS STATION  
DI SURABAYA

Skripsi



OLEH :

SUNITA MAHARANI  
3103011228

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2016

**PENGARUH *FINANCIAL AVAILABILITY*, *IMPULSIVITY* DAN  
*PSYCHOLOGICAL ATTACHMENT* TERHADAP *IMPULSE*  
*BUYING* PADA KONSUMEN SPORTS STATION  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

**OLEH:**

**SUNITA MAHARANI**

3103011228

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

2016

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *FINANCIAL AVAILABILITY, IMPULSIVITY* DAN  
*PSYCHOLOGICAL ATTACHMENT* TERHADAP *IMPULSE*  
*BUYING* PADA KONSUMEN SPORTS STATION  
DI SURABAYA**

OLEH:

SUNITA MAHARANI

3103011228

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

Pembimbing II,



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



Marlana Junaedi , SE., MSi.

Tanggal: 16 Februari 2016

Tanggal: 22 Februari 2016

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Sunita Maharani NRP 3103011228 Telah diuji pada tanggal 29 April 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji

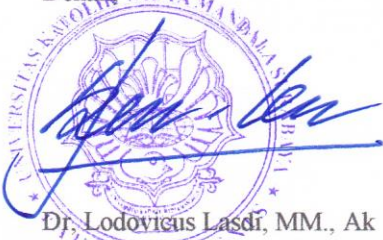


Dr. Diyah Tulipa, SE., MM

NIK 311.02.0543

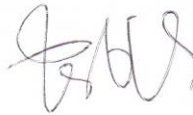
Mengetahui:

Dekan



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

Ketua Jurusan



Elisabeth Supriharyanti, S.E. M.Si  
NIK. 311.99.036

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : SUNITA MAHARANI

NRP : 3103011228

Judul : **PENGARUH FINANCIAL AVAILABILITY, IMPULSIVITY DAN PSYCHOLOGICAL ATTACHMENT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN SPORTS STATION DI SURABAYA**

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

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

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

Surabaya, Februari 2015

Yang



(SUNITA MAHARANI)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala bantuan, kasih, dan bimbingan selama tugas akhir skripsi ini. Laporan Tugas Akhir Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan Laporan Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, S.E M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, S.E, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Marliana Junaedi, S.E, M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan banyak saran dan nasehat untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Orang tua saya Bapak Ong Bok Cui dan Ibu Lie kun, saudara saya Jacky, atas doa dan dorongan yang selalu diberikan dalam penulisan tugas akhir ini. Beserta keluarga besar yang selalu memberikan dukungan.
5. Teman saya Ishak Ham, yang bersama-sama melewati suka duka masa studi, yang memberikan semangat, dorongan, dan masukan disaat saya membutuhkan, yang mengajarkan saya bannyak hal untuk menjadi lebih baik, serta meluangkan waktu menemani saya

menyelesaikan tugas akhir ini. Karena itu semua, pengalaman selama 4 tahun menjadi lebih berarti.

6. Teman-teman group hangout Tifanny Gunawan, Anastasia Novalita, Chindy, Mirah juris, April. Stella maris dan GPPG Yossi Felanie, Maria angelina, Clara handayani, Diana supit, Agree Septia dan Donabella mitzi yang telah memberikan dukungan.
7. Semua sahabat di kampus, terima kasih atas setiap kontribusi yang kalian berikan. Baik berupa motivasi, kritik, dan dukungan yang membantu penulis dalam menyelesaikan karya ini.
8. Pihak-pihak yang berkepentingan yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa dalam tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dari itu kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembacanya.

Surabaya, Maret 2015

Peneliti,

Sunita Maharani

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b> .....	9
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori .....	9
2.2.1 <i>Financial Availability</i> .....	9
2.2.2 <i>Impulsivity</i> .....	11
2.2.3 <i>Psychological Attachment</i> .....	12
2.2.4 <i>Impulse Buying</i> .....	13
2.3 Pengaruh Antar Variabel .....	16
2.3.1 Pengaruh <i>Financial Availability</i> terhadap <i>Impulse         buying</i> .....	16
2.3.2 Pengaruh <i>Impulsivity</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	17
2.3.3 Pengaruh <i>Psychological Attachment</i> terhadap <i>Impulse         Buying</i> .....	17
2.4 Model Penelitian .....	18
2.5 Hipotesis .....	18
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	19



3.1 Jenis Penelitian .....	19
3.2 Identifikasi Variabel.....	19
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	19
3.4 Skala Pengumpulan Variabel.....	21
3.5 Jenis dan sumber Data .....	22
3.5.1 Jenis Data .....	22
3.5.2 Sumber Data .....	22
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	23
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.7.1 Populasi .....	23
3.7.2 Sampel.....	23
3.7.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	23
3.8 Uji Kualitas Data.....	24
3.8.1 Uji Validitas .....	24
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	24
3.9 Teknik Analisis Data .....	25
3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	25
3.9.2 Analisis Koefisien Determinasi .....	25
3.10 Uji Hipotesis.....	26
3.10.1 Uji Hipotesis Simultan(Uji F).....	26
3.10.2 Uji Hipotesis Parsial(Uji t) .....	26
3.11 Uji Asumsi Klasik .....	27
3.11.1 Uji Multikolinearitas .....	27
3.11.2 Uji Autokorelasi .....	27
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	29
4.2 Statistik Deskriptif.....	32
4.3 Uji Kualitas Data .....	36
4.3.1 Uji Validitas .....	36
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	38
4.4 Uji Asumsi.....	38
4.4.1 Uji Asumsi Multikolinearitas .....	38
4.4.2 Uji Asumsi Autokorelasi .....	39
4.5 Analisis Data .....	39
4.5.1 Analisis Regresi Linear .....	39
4.5.2 Analisis Korelasi Berganda .....	41
4.5.3 Uji kecocokan Model .....	41
4.5.4 Uji Hipotesis.....	42
4.6 Pembahasan .....	43
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>46</b>

5.1 Simpulan .....	46
5.2 Saran .....	46

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Perbandingan.....	2
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sekarang dan Penelitian Terdahulu.....	09
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	30
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..	30
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	31
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penhasilan.....	31
Tabel 4.6. Interval Rata-rata Skor.....	32
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif <i>Fianancial Availability</i> .....	32
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif <i>Impulsivity</i> .....	33
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Psychological Attachment.....	34
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif <i>Impulse Buying</i> .....	35
Tabel 4.11. Uji Validitas <i>Financial Availability</i> .....	36
Tabel 4.12. Uji Validitas <i>Impulsivity</i> .....	36
Tabel 4.13. Uji Validitas <i>Psychological Attachment</i> .....	37
Tabel 4.14. Uji Validitas <i>Impulse Buying</i> .....	38
Tabel 4.15. Uji Reliabilitas.....	38
Tabel 4.16. Uji Asumsi Multikolinearitas.....	38
Tabel 4.17. Uji Asumsi Autokorelasi.....	39
Tabel 4.18. Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
Tabel 4.19. Tabel Hasil Uji F.....	42
Tabel 4.20. Tabel Hasil Uji t.....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian.....	18
-----------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Validitas
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Output Regresi

## ABSTRAKSI

Perkembangan jaman yang semakin *modern* menyebabkan banyaknya pembangunan *mall* atau *shopping centre*. *Indonesia Tourism News* melansir bahwa kehadiran *mall* di Surabaya telah mengukuhkan jati diri sebagai kota perdagangan. Selain itu, dengan kehadiran *mall* diharapkan dapat menjadi daya tarik wisata. Kini Surabaya telah memiliki setidaknya 32 *shopping mall* dan diperkirakan akan terus bertambah tiap tahunnya. Kelahiran *shopping mall* di Surabaya diawali dengan adanya Tunjungan Plaza, yang disusul Delta Plaza dan Surabaya Mall pada tahun 1986. Kehadiran tiga *shopping mall* tersebut secara perlahan diikuti pusat-pusat perbelanjaan *modern* lainnya hingga mencapai *booming* pada periode tahun 2005-2008. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah nonprobabilitas. Cara pengambilan sampel yang digunakan adalah arbiter. Sedangkan, teknik analisis yang digunakan adalah menggunakan analisis regresi linier berganda. Responden yang diambil yaitu konsumen Sport Station di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara *financial availability* erhadap *impulse buying*, *impulsivity* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *impulse buying* dan *psychological attachment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah Hipotesis pertama dan kedua dinyatakan ditolak hipotesis ketiga dinyatakan diterima. Hipotesis pertama menyatakan *financial availability* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *impulse buying*, hipotesis kedua menyatakan *impulsivity* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *impulse buying*, hipotesis ketiga menyatakan *attachment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.

Kata Kunci: *financial availability*, *impulsivity*, *psychological attachment*, *impulse buying*.

## ABSTRACT

Era development the modern cause many the construction of mall or shopping centre. Indonesia tourism news agency quoted that the mall in surabaya have confirmed identity as a trade city. In addition, by the presence of mall is expected to be a tourist attraction. Now surabaya have at least 32 shopping mall and is expected to increase every year. Birth shopping mall in surabaya started with the tunjungan plaza, followed delta plaza and surabaya mall in 1986. The presence of the three shopping mall slowly followed pusat-pusat modern markets next until it reaches boom in the period 2005-2008 year. Techniques used in the samples to research is nonprobabilitas. The way the sample use is arbitrer .While, analysis techniques used is using analysis linear regression multiple. Respondents is consumers sport station in surabaya. The result showed that there is a positive influence and insignificant between financial availability erhadap impulse buying, impulsivity berpengaruh positive and not significantly to impulse buying and psychological attachment influential positive and significantly to impulse buying.

The results of the testing of hypotheses the research is hypothesis first and second rejected third expressed hypothesis otherwise admissible. Hypothesis first is that financial availability influential positive and not significantly to impulse buying, hypothesis both states impulsivity influential positive and not significantly to impulse buying, hypothesis said influential third attachment positive and significantly to impulse buying .

**Keywords :** *financial availability, impulsivity, psychological attachment, impulse buying.*