

SKRIPSI

*PENGARUH CATEGORY CHARACTERISTICS, CUSTOMER
CHARACTERISTICS DAN CUSTOMER ACTIVITIES
TERHADAP UNPLANNED PURCHASES
PADA HYPERMART SURABAYA*



OLEH:

FELICIA PRICILLA ANGRIAWAN

3103007157

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2011

**PENGARUH *CATEGORY CHARACTERISTICS, CUSTOMER
CHARACTERISTICS DAN CUSTOMER ACTIVITIES*
TERHADAP *UNPLANNED PURCHASES*
PADA HYPERMART SURABAYA**

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

Oleh :

FELICIA PRICILLA ANGRIAWAN
3103007157

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2011

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *CATEGORY CHARACTERISTICS, CUSTOMER CHARACTERISTICS* DAN *CUSTOMER ACTIVITIES* TERHADAP *UNPLANNED PURCHASES* PADA HYPERMART SURABAYA

OLEH:

**FELICIA PRICILLA ANGRIAWAN
3103007157**

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

Pembimbing I,

Arini, SE., MM.

Tanggal: 1 Februari 2011

Pembimbing II,

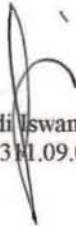
Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.

Tanggal: 1 Februari 2011

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : FELICIA PRICILLA ANGRIAWAN, NRP :
3103007157 telah diuji pada tanggal 14 Februari 2011 dan dinyatakan
LULUS oleh:

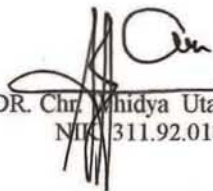
Ketua Tim Penguji:



YB. Budi Iswanto, Ph.D.
NIK. 311.09.0628

Mengetahui:

Dekan,



DR. Ch. Khidya Utami, MM
NIK. 311.92.0185

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. Julius Koesworo MM.
NIK. 311.89.0152

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Nama : Felicia Pricilla Angriawan

NRP : 3103007157

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya;

PENGARUH *CATEGORY CHARACTERISTICS, CUSTOMER CHARACTERISTICS* DAN *CUSTOMER ACTIVITIES* TERHADAP *UNPLANNED PURCHASES* PADA HYPERMART 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 Januari 2011
Yang menyatakan



Felicia Pricilla Angriawan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas karunia-Nya, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Maksud dan tujuan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan terbatasnya waktu, kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki.

Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Christina Whidya Utami, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Julius Koesworo, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Arini, SE., MM., selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing penulisan skripsi ini.
4. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing II atas kesabaran dan waktu yang telah diluangkan dalam memberikan bimbingan penulisan skripsi ini serta memberikan masukan kepada penulis.
5. Kedua orang tua dan saudara saya yang senantiasa memberikan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Para dosen pendidik semua mata kuliah serta teman-teman yang secara langsung maupun tidak langsung turut memberikan saran dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan maka kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga penulisan ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Januari 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Manfaat Akademik.....	6
1.4.2. Manfaat Praktis.....	7
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. <i>Category Characteristics</i>	11
2.2.1.1. <i>Coupon</i>	11

2.2.1.2.	<i>Display</i>	12
2.2.1.3.	<i>Hedonicity</i>	17
2.2.2.	<i>Customer Characteristics</i>	20
2.2.2.1.	<i>Gender</i>	21
2.2.2.2.	<i>Household Size</i>	22
2.2.2.3.	<i>Shopping With Others</i>	22
2.2.3.	<i>Customer Activities</i>	23
2.2.3.1.	<i>Shopping List</i>	23
2.2.3.2.	<i>Shopping Frequency</i>	24
2.2.3.3.	<i>Shopping Pattern</i>	24
2.2.3.4.	<i>Amount Of Time</i>	25
2.2.3.5.	<i>Method Of Payment</i>	25
2.2.4.	<i>Unplanned Purchases</i>	26
2.3.	Hubungan Antar Variabel	32
2.3.1.	Pengaruh <i>Category Characteristics</i> terhadap <i>Unplanned Purchases</i>	32
2.3.2.	Pengaruh <i>Customer Characteristics</i> terhadap <i>Unplanned Purchases</i>	33
2.3.3.	Pengaruh <i>Customer Activities</i> terhadap <i>Unplanned Purchases</i>	35
2.4.	Model Analisis	38
2.5.	Hipotesis	38
BAB 3	METODE PENELITIAN	
3.1.	Jenis Penelitian	40
3.2.	Identifikasi Variabel	40
3.2.1.	Variabel Independen (X)	40

3.2.2. Variabel Dependen (Y), yaitu <i>Unplanned Purchases</i>	41
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	44
3.5. Alat dan Metode Pengumpulan Data	44
3.6. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	45
3.7. Teknik Analisis.....	45
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Responden.....	48
4.2. Statistik Deskripsi Variabel-Variabel Penelitian	50
4.2.1. <i>Category Characteristic</i>	50
4.2.2. <i>Customer Characteristics</i>	52
4.2.3. <i>Customer Activities</i>	54
4.2.4. <i>Unplanned Purchases</i>	58
4.3. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	59
4.3.1. Analisis Data	59
4.3.2. Pengujian Hipotesis.....	62
4.4. Pembahasan.....	66
4.4.1. <i>Category Characteristics</i> berpengaruh terhadap <i>Unplanned Purchases</i> pada Hypermart Surabaya.	66
4.4.2. <i>Customer Characteristics</i> berpengaruh terhadap <i>Unplanned Purchases</i> pada Hypermart Surabaya.	68
4.4.3. <i>Customer Activities</i> berpengaruh terhadap <i>Unplanned Purchases</i> pada Hypermart Surabaya.....	69

BAB 5	SIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Simpulan	72
5.2.	Saran	74
DAFTAR KEPUSTAKAAN		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Dilakukan Saat Ini	10
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	47
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	48
Table 4.5	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Kupon</i>	49
Table 4.6	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Display</i>	49
Table 4.7	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Hedonicity</i>	50
Tabel 4.8	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Gender</i>	50
Tabel 4.9	Pendapat Responden Berdasarkan Ukuran Rumah Tangga.....	51
Tabel 4.10	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Shopping with others</i>	52
Tabel 4.11	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Shopping list</i>	52
Tabel 4.12	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Shopping frequency</i> ..	53
Tabel 4.13	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Shopping pattern</i>	53
Tabel 4.14	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Amount of time</i>	54
Table 4.15	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Method of payment</i> ...	55
Tabel 4.16	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Unplanned purchases</i>	55
Tabel 4.17	Hasil Analisis Regresi Logistik	57
Tabel 4.18	Hasil Klasifikasi	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis Penelitian	37
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Tanggapan Responden
- Lampiran 3. Hasil Logistric Regresion

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *category characteristics*, *customer characteristics* dan *customer activities* terhadap *unplanned purchases* pada Hypermart Surabaya. Variabel *category characteristics* terdiri dari *coupon*, *display* dan *hedonicity*. Variabel *customer characteristics* terdiri dari *gender*, *household size* dan *shopping with others*. Variabel *customer activities* terdiri dari *shopping list*, *shopping frequency*, *shopping pattern*, *amount of time* dan *method of payment*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistic dengan 150 konsumen hypermart Surabaya sebagai sampel.

Penelitian ini menemukan bahwa variabel *coupon* berpengaruh terhadap *Unplanned Purchases*, variabel *display* berpengaruh terhadap *Unplanned Purchases*, variabel *hedonicity* berpengaruh terhadap *Unplanned Purchases*, variabel *gender* tidak berpengaruh terhadap *Unplanned Purchases*, variabel *household size* tidak berpengaruh terhadap *Unplanned Purchases*, variabel *shopping with others* berpengaruh terhadap *Unplanned Purchases*, variabel *shopping list* tidak berpengaruh terhadap *Unplanned Purchase*, variabel *shopping frequency* berpengaruh terhadap *Unplanned Purchases*, variabel *shopping pattern* berpengaruh terhadap *Unplanned Purchases*, variabel *amount of time* berpengaruh terhadap *Unplanned Purchases* dan Variabel *method of payment* tidak berpengaruh terhadap *Unplanned Purchases*.

Kata kunci : *Category Characteristics*, *Customer Characteristics*, *Customer Activities* dan *Unplanned Purchases*

*PENGARUH CATEGORY CHARACTERISTICS, CUSTOMER
CHARACTERISTICS DAN CUSTOMER ACTIVITIES
TERHADAP UNPLANNED PURCHASES
PADA HYPERMART SURABAYA*

Abstract

The objective of the study was to investigate the influence of category characteristics, customer characteristics and customer activities on unplanned purchases among customers in Hypermart Surabaya. Variable category characteristics consists of coupon, display and hedonicity. Variable customer characteristics consists of gender, household size and shopping with others. And variable customer activities consists of shopping list, shopping frequency, shopping pattern, amount of time and method of payment. This study using regression logistics analysis with 150 shoppers conveniently sampled at hypermart Surabaya as the sample. This study found that variable coupon effect on unplanned purchases, variable display effect on unplanned Purchases, variable hedonicity effect on unplanned purchases. But variable gender has no effect on unplanned purchases, variable household size has no effect on unplanned purchases, variable shopping with others effect on unplanned purchases, variable shopping list has no effect on unplanned purchase, variable frequency affect on unplanned purchases, variable shopping pattern effect on unplanned purchases, variable amount of time effect on unplanned purchases and variable method of payment has no effect on unplanned purchases.

Keywords: Category Characteristics, Customer Characteristics, Activities and unplanned Customer Purchases