

ABSTRACT

One of the abnormal consumer behaviors that profitable for one company is compulsive buying. Compulsive buying behavior is influenced by unplanned purchases. Therefore, this research is to analyze influence by unplanned purchases to compulsive buying behavior.

This research is conducted in University Kristen Maranatha Bandung by using 110 respondent which have done an unplanned purchases. While respondent characteristics the used is age, and gender. Analyze method is using statistical methods of simple regression by using spss version 11.5. Besides, research instrument adopted from Shoham & Brencic (2003).

Pursuant to result of hypothesis examination, result of this research show that unplanned purchases have influence with compulsive buying behavior. Big influence of unplanned purchases for compulsive buying behavior equal to 31.3%.

Key words : consumer behavior, unplanned purchases, compulsive behavior.

INTISARI

Perilaku konsumen abnormal yang menguntungkan suatu perusahaan yaitu perilaku kompulsif. Perilaku membeli kompulsif dipengaruhi oleh pembelian tidak terencana. Maka dari itu, penelitian ini menganalisis pengaruh pembelian tidak terencana pada perilaku pembelian kompulsif.

Penelitian ini dilakukan di Universitas Kristen Maranatha Bandung dengan menggunakan 110 responden, yang pernah melakukan pembelian tidak terencana. Karakteristik individu yang digunakan yaitu usia dan jenis kelamin. Metode analisa yang digunakan yaitu metode statistika regresi sederhana dengan menggunakan spss versi 11.5. Instrumen penelitian diadopsi dari Shoham & Brencic (2003).

Berdasarkan hasil ujian hipotesis maka hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pembelian tidak terencana mempengaruhi perilaku pembelian kompulsif. Besar pengaruh pembelian tidak terencana pada perilaku pembelian kompulsif yaitu 31.3%

Kata kunci: perilaku konsumen, pembelian tidak terencana, perilaku pembelian kompulsif

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRACT	x
INTISARI	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Kerangka Pemikiran	6
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	9
2.2 Model Perilaku Konsumen	12
2.3 Perilaku Pembelian Konsumen	18

2.4	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	21
2.5	Model <i>Unplanned Purchases & Compulsive Buying Behavior</i>	23
2.6	Pengaruh <i>Unplanned Purchases</i> Pada <i>Compulsive Buying Behavior</i>	28
2.7	Model Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Desain Penelitian	30
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	30
3.3	Metode Pengambilan Sampel	31
3.4	Metode Pengumpulan Data	32
3.5	Uji Normalitas	33
	3.5.1 Hasil Uji Normalitas	33
3.6	Uji Validitas	34
	3.6.1 Hasil Uji Validitas	36
3.7	Uji Reliabilitas	38
	3.7.1 Hasil Uji Reliabilitas	39
3.8	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	40
3.9	Metode Analisis Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Karakteristik Responden	44
	4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
	4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45

4.2	Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	46
4.2.1	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis (1)	47
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	51
4.4	Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan	56
5.2	Implikasi Manajerial	57
5.3	Keterbatasan Penelitian	57
5.4	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel	3.1	Hasil Uji Normalitas	34
Tabel	3.2	KMO and Bartlett's Test	36
Tabel	3.3	Rotated Component Matrix	37
Tabel	3.4	Hasil Uji Realibilitas	40
Tabel	3.5	Definisi Operasional	41
Tabel	3.6	Ringkasan Hasil Uji Validitas	46
Tabel	3.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel	3.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel	3.9	Hasil Uji Anova	47
Tabel	4.1	Hasil Regresi <i>Unplanned Purchases</i> pada <i>Compulsive Buying Behavior</i>	49
Tabel	4.2	Hasil Adjusted R Square	50
Tabel	4.3	Ringkasan Hasil Pengujian Keseluruhan Hipotesis	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Rerangka Pemikiran	6
Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen	13
Gambar 2.2	Model Perilaku Konsumen	16
Gambar 2.3	Siklus Pembelian	19
Gambar 2.4	Proses Keputusan Pembelian	21
Gambar 2.5	Model Penelitian	28
Gambar 4.1	Model Penelitian	46

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Uji Normalitas, Uji Validitas & Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 3 Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Regresi
- Lampiran 5 Jurnal