

## ABSTRAKSI

Motivasi Berbelanja merupakan Suatu proses keputusan dimana pembelian dipengaruhi oleh faktor motivasi, karena motivasi itu sendiri adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan.

Penelitian ini dilakukan di Paris Van Java (PVJ), Bandung dengan menggunakan 120 responden. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan metode survey yang menyebarkan kuesioner dan berisi mengenai: usia, jenis kelamin dan pendidikan terakhir sebagai variabel karakteristik individu; serta 6 (enam) dimensi motivasi belanja hedonik yang diadopsi dari Arnold & Reynold (2003). Alat analisis yang digunakan dalam metode ini adalah metode *Clustering Non-Hierarchical (K-Mens)*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 4 (empat) kelompok motivasi belanja hedonik. **Kelompok pertama** yaitu *Gratification Shopping dan Idea Shopping*, responden lebih menikmati berbelanja di Paris Van Java.. **Kelompok kedua** yaitu *Social shopping dan Value shopping*, responden berbelanja lebih menyenangkan apabila dilakukan bersama orang terdekat dan menikmati program diskon yang diberikan oleh pihak Paris Van Java. **Kelompok ketiga** *Adventure Shopping, Idea Shopping, dan Gratification Shopping* responden merasa diduniannya sendiri dan mencari informasi mengenai produk terbaru agar tampil up to date sehingga mendapatkan pengakuan dari orang lain. **Kelompok keempat** *Social shopping, Value shopping, dan Role shopping*, responden lebih menikmati berbelanja bersama-sama dan lebih memperhatikan dari pengakuan orang lain untuk mendapatkan kesenangan.

Kata-kata kunci: Dimensi Motivasi Berbelanja Hedonik: Petualang, Nilai, Peran, Ide, Sosial, Relaksasi.

# DAFTAR ISI

Halaman

|                              |    |
|------------------------------|----|
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....  | i  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....      | v  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....    | x  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....   | xi |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> ..... | xi |
| <b>ABSTRAK</b> .....         | i  |

## **BAB I PENDAHULUAN**

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....        | 1  |
| 1.2 Identifikasi Masalah.....           | 8  |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....              | 8  |
| 1.4 Kegunaan Penelitian .....           | 8  |
| 1.5 Asumsi dan Batasan Penelitian ..... | 9  |
| 1.6 Kerangka Pemikiran.....             | 10 |
| 1.7 Sistematika Penulisan.....          | 11 |

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| 2.1 Pemasaran dan Saluran distribusi..... | 13 |
| 2.2 Perusahaan Ritel.....                 | 17 |
| 2.3 Pusat Pembelanjaan.....               | 19 |
| 2.4. Pusat Perbelanjaan .....             | 19 |

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 2.4.1. Perubahan Peran Pusat Perbelanjaan..... | 22 |
| 2.4.2. Jenis-Jenis Pusat Perbelanjaan.....     | 24 |
| 2.5. Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....  | 28 |
| 2.6. Motivasi Berbelanja.....                  | 35 |
| 2.7. Motivasi Berbelanja Hedonik.....          | 38 |
| 2.8. Faktor Dimensi Utama Penentu.....         | 41 |
| Motivasi Berbelanja Hedonik                    |    |

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| 3.1. Objek Penelitian.....                               | 46 |
| 3.2. Metodologi Penelitian.....                          | 47 |
| 3.2.1 Desain Penelitian.....                             | 47 |
| 3.2.2. Pengukuran dan Operasional variabel.....          | 48 |
| 3.2.2.1 Skala Pengukuran.....                            | 50 |
| 3.2.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....                | 50 |
| 3.2.3.1 Kriteria dan Metode Pengambilan Sampel.....      | 51 |
| 3.2.3.2 Jumlah Sampel.....                               | 51 |
| 3.2.4 Teknik Pengumpulan Data .....                      | 53 |
| 3.2.5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....           | 55 |
| 3.2.5.1 Uji Validitas.....                               | 55 |
| 3.2.5.2 Uji Reliabilitas.....                            | 57 |
| 3.2.6. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....          | 58 |
| 3.2.6.1. Metode Cluster ( <i>Cluster Sampling</i> )..... | 58 |

## **BAB IV : PEMBAHASAN**

|                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------|----|
| 4.1 Data.....                                                 | 62 |
| 4.2 Karakteristik Responden.....                              | 62 |
| 4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 62 |
| 4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....          | 63 |
| 4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan.....               | 65 |
| Tingkat Pendidikan Terakhir.                                  |    |
| 4.2.4 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....           | 66 |
| 4.2.4.1 Hasil Uji Validitas.....                              | 66 |
| 4.2.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....                           | 70 |
| 4.2.5 Hasil Uji Klaster.....                                  | 71 |
| 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....                          | 79 |
| 4.4 Penelitian Terdahulu.....                                 | 84 |

## **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 5.1. Kesimpulan.....              | 85 |
| 5.2. Implikasi Manajerial.....    | 88 |
| 5.3. Keterbatasan Penelitian..... | 88 |
| 5.4. Penelitian Mendatang.....    | 89 |
| 5.5. Saran.....                   | 89 |

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

|            |                                                                    | Halaman |
|------------|--------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 3.1  | Definisi Operasional dan Pengukuran Tabel                          | 48      |
| Tabel 4.1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin                  | 62      |
| Tabel 4.2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia                           | 63      |
| Tabel 4.3  | Karakteristik Responden Berdasarkan<br>Tingkat Pendidikan Terakhir | 65      |
| Tabel 4.4  | KMO & Bartlett’s Test                                              | 66      |
| Tabel 4.5  | Rotated Component Matrix (a)                                       | 67      |
| Tabel 4.6  | Ringkasan Hasil Uji Validitas                                      | 69      |
| Tabel 4.7  | Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas                                   | 70      |
| Tabel 4.8  | Hasil ANOVA Keseluruhan                                            | 71      |
| Tabel 4.9  | Hasil Uji ANOVA                                                    | 73      |
| Tabel 4.10 | Analisis Variabel yang Signifikan                                  | 74      |
| Tabel 4.11 | Final Clusters Centers                                             | 75      |
| Tabel 4.12 | Number of Cases in Each Clusters                                   | 78      |
| Tabel 4.13 | Ringkasan Hasil Penelitian                                         | 84      |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                     | Halaman |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran                                                       | 10      |
| Gambar 2.1 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian                                   | 30      |
| Gambar 2.2 Profil Konsumen Berdasarkan Hedonic & Utilitarian<br>Shopping Motivation | 41      |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|            |                         |
|------------|-------------------------|
| Lampiran 1 | Kuesioner               |
| Lampiran 2 | Hasil Uji Validitas     |
| Lampiran 3 | Hasil Uji Reliabilitas  |
| Lampiran 4 | Hasil Uji Klaster       |
| Lampiran 5 | Karakteristik Responden |
| Lampiran 6 | Jurnal Penelitian       |