

ABSTRACT

One of the consumer behaviors that profitable for one company is impulse buying. Impulse buying behavior is influenced by affective and cognitive. Gender differences are influencing the impulse buying as well. Therefore, this research is analyzing the gender differences in affective and cognitive by impulse buying behavior.

This research was done in Bandung with using 151 respondents. The individual characteristic, which was being used, are the characteristic that is easy to observe like age, gender, and the shopping centre that being visited regularly. The research instrument is being adopted from Coley & Burgess (2003). The Mann Whitney test method was used to test the gender differences in affective and cognitive by impulse buying behavior.

Based on the research's conclusion can proved that there are gender differences in affective and cognitive by impulse buying behavior. Beside that, this research can prove women's affective and cognitive are higher than men's, while impulse buying is happening with men.

Key word: Affective, Cognitive, Gender, Impulse buying.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
INTISARI	ix
ABSTRACT	x
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Kerangka Pemikiran	8
1.6. Ruang Lingkup Penelitian	8
1.7. Sistematika Penulisan	9
 BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	 11
2.1. Pengertian Pemasaran	11
2.2. Pengertian Perilaku Konsumen	12
2. 2.1 Roda Analisis Konsumen	15
2.3. Afeksi	17

2.4. Kognisi	21
2.5. Hubungan antara Afeksi dan Kognisi	25
2.6. Perilaku Pembelian impuls	27
2.7. Faktor Individu Berdasarkan Jenis Kelamin	30
2.8. Perbedaan Jenis Kelamin Berdasarkan Pengaruh Afeksi dalam Pembelian Impuls	32
2.9. Perbedaan Jenis Kelamin Berdasarkan Kognisi dalam Pembelian Impuls	34

BAB III: METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian	37
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	38
3.3. Metode Pengambilan Sampel	38
3.4. Metode Pengumpulan Data	39
3.5. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	40
3.6. Uji Pendahuluan	43
3.6.1. Metode <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	43
3.6.2. Uji Validitas dan Hasil	44
3.6.3. Uji Reliabilitas dan Hasil	47
3.7. Metode Analisis Data	48

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden	49
------------------------------	----

4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Belanja Yang Sering Dikunjungi	51
4.2. Pengujian Hipotesis	53
4.2.1 Pengujian Hipotesis 1	54
4.2.2 Pengujian Hipotesis 2	56
4.2.3 Perbandingan Afeksi dan Kognisi pada Pria dan Wanita	58
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	59
4.4. Perbandingan Hasil Pengujian Dengan Penelitian Terdahulu	61
 BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	 65
5.1. Simpulan	65
5.2. Implikasi Manajerial	69
5.3. Keterbatasan Penelitian	71
5.4. Saran untuk Penelitian Mendatang	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Ringkasan Definisi Operasional Variabel	42
Tabel 3.2. KMO & Bartlett's Test	45
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas	46
Tabel 3.4. Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Belanja Yang Sering Dikunjungi	51
Tabel 4.4. Hasil Uji Perbedaan Jenis Kelamin Berdasarkan Pengaruh Afeksi Dalam Perilaku Pembelian Impuls	54
Tabel 4.5. Hasil Uji Afeksi Pria dan Wanita	55
Tabel 4.6. Hasil Uji Perbedaan Jenis Kelamin Berdasarkan Pengaruh Kognisi Dalam Perilaku Pembelian Impuls	56
Tabel 4.7. Hasil Uji Kognisi Pria dan Wanita	57
Tabel 4.8. Perbandingan Pembelian Impuls	58
Tabel 4.9. Ringkasan Hasil Pengujian Keseluruhan Hipotesis	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran	8
Gambar 2.1. Roda Analisis Konsumen	16
Gambar 2.2. Model Proses Kognisi Pengambilan Keputusan Konsumen	23
Gambar 2.3. Hubungan antara Afeksi dan Kognisi	26
Gambar 4.1. Model Penelitian	53

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 3 Hasil Uji Mann-Whitney
- Lampiran 4 Jurnal
- Lampiran 5 Berita Acara Bimbingan