

ABSTRAK

Atribut toko menjadi perangsang motif pembelian untuk membeli produk, persaingan dunia bisnis menciptakan suatu peluang bagi para *businessman* untuk membuat konsumen yang memiliki suatu kesenangan berbelanja betah berada di tempat favorit mereka berbelanja. Manfaat dari studi ini mengaplikasikan teori Stimulus Organism Response (S-O-R). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Atribut toko dapat memengaruhi motif belanja setiap konsumen ketika atribut toko tersebut menarik. Metode pengumpulan data dilakukan dengan survei menggunakan kuesioner. Populasinya adalah orang yang pernah berbelanja dan responden yang diambil berjumlah 300 orang. Alat uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas. Dan alat analisis pada penelitian ini menggunakan regresi sederhana. Hasil studi memperlihatkan bahwa atribut toko berpengaruh terhadap motif belanja hedonik konsumen.

Kata kunci: atribut toko, motif belanja hedonik.



ABSTRACT

Store attributes patterns is the incentive motive shoppers to buy products, nowadays the business competitive create a chance for a businessman to make consumers who have a pleasure shopping feel at home in their favorite places to shop. The benefits of this study apply theory Stimulus Organism Response (S-O-R). This study aims to determine whether the attribute stores can affect every consumer when the store attributes patterns were interesting. Methods of data collection is done by a questionnaire survey. The population is people who have shopped and respondents drawn amounted to 300 people. Test equipment instruments used in this study using validity, reliability test and test for normality. And analytical tools in this study using simple regression. This study shows that the attribute store patterns will affect the consumer hedonic effect on consumer spending

Keywords: *Store attributes patterns, consumer hedonic spending*



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTARCT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kajian Pustaka.....	6
2.1.1 Konsep Atribut Supermarket.....	6
2.1.2 Motif Belanja Hedonik.....	18
2.1.2.1 Impulse Buying.....	20
2.1.3 Keterkaitan Atribut Supermarket Dengan Motif Belanja Hedonik.....	22
2.2 Riset Empiris/Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Rerangka Pemikiran.....	24
2.4 Rerangka Teoritis.....	25
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Sumber Data.....	27
3.2.1 Data Primer.....	27
3.2.2 Data Sekunder.....	28
3.3 Populasi.....	28
3.4 Sampel.....	28
3.5 Metode pengambilan data.....	29

3.6 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.7 Teknik Pengumpulan data.....	32
3.8 Uji Validitas.....	33
3.8.1 Uji Reliabilitas.....	34
3.8.2 Uji Normalitas.....	34
3.9 Uji Regresi Sederhana.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian Secara Deskriptif.....	37
4.2 Karakteristik Responden.....	36
4.2.1 Jenis Kelamin.....	37
4.2.2 Usia.....	38
4.2.3 Pendapatan.....	41
4.2.4 Pekerjaan.....	42
4.3 Hasil Uji Validitas.....	43
4.4 Uji Reliabilitas.....	48
4.5 Uji Normalitas.....	49
4.6 Uji Regresi.....	50
4.7 Uji Hipotesis.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran.....	55
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	56

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 Rerangka Pemikiran.....	24
GAMBAR 2.2 Rerangka Teoritis.....	25
GAMBAR 2.3 Model Penelitian.....	26

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 Definisi Operasional Variabel (DOV)	29
TABEL 3.2 Penilaian.....	33
TABEL 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
TABEL 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
TABEL 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	41
TABEL 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
TABEL 4.5 KMO and Bartlett`s Test.....	43
TABEL 4.6 Rotated Component Matrix*.....	44
TABEL 4.7 KMO and Bartlett`s Test.....	46
TABEL 4.8 Rotated Component Matrix*.....	46
TABEL 4.9 Cronbach Alpha > 0.60.....	48
TABEL 4.10 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	49
TABEL 4.11 Variables Entered/Removed.....	50
TABEL 4.12 Model Summary.....	50
TABEL 4.13 Anova*.....	51
TABEL 4.14 Coefficients*.....	51
TABEL 4.15 Coefficients*.....	52
TABEL 4.16 Anova*.....	53
TABEL 4.17 Model Summary ^b	54

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN 2 Lampiran output SPSS

LAMPIRAN 3 Uji Validitas

LAMPIRAN 4 Uji Reliabilitas

LAMPIRAN 5 Uji Normalitas

LAMPIRAN 6 Uji Regresi Sederhana

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP (CV)

