

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh stres belanja konsumen pada pembelian ditinggalkan. Penelitian ini menggunakan metode causal explanatory dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Data dikumpulkan dari 102 responden melalui survei berbasis kuesioner dengan kriteria yaitu pengunjung Mall di Bandung yang memiliki kebutuhan untuk dibeli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa stres belanja konsumen mempengaruhi pembelian ditinggalkan.

Kata-kata kunci: Stres belanja konsumen, Pembelian ditinggalkan, Kebutuhan untuk dibeli



ABSTRACT

This study aims to determine the influence of consumer shopping stress spending on abandonment purchases. This study uses a quantitative method with the purposive sampling technique. Data were collected from 102 respondents through Mall visitors in Bandung who had the need to buy. The results of the study show that the stress of consumer spending significantly affects abandonment purchases.

Key words: Consumer shopping stress, abandonment purchases, motivational shopping orientation



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	v
SURAT KETERANGAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kajian Pustaka	
2.1.1 Perilaku Konsumen	8
2.1.2 Model <i>Stimulus-Organism-Response</i>	10
2.1.3 Marketing <i>Retailing</i>	12
2.1.4 Marketing Retail Mix	13

2.1.5 Psikologi Konsumen	15
2.1.6 Pembelian Ditinggalkan	16
2.1.7 Stres Belanja Konsumen	18
2.1.8 Orientasi Motivasi Belanja	20
2.1.9 Orientasi Tugas	23
2.1.10 Orientasi Rekreasi	24
2.2 Rerangka Teori	25
2.3 Rerangka Pemikiran	26
2.4 Pengembangan Hipotesis	27
2.5 Model Penelitian	29
2.6 Riset Empiris	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Populasi, Sampel, Metode Pengambilan sampel dan Ukuran Sampel.....	37
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel	38
3.2.1 Metode Pengambilan Sampel dan Ukuran Sampel	38
3.3 Definisi Operasional Variabel (DOV).....	42
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.5 Uji Pendahuluan	45
3.5.1 Uji Instrumen	45
3.5.1.1 Uji Validitas	45
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	47
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	48
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	48
3.6 Metode Analisis Data	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	51
4.1.1 Profile Responden	51
4.1.2 Hasil Penelitian	55
4.1.2.1 Hipotesis Penelitian	55
4.1.3 Ringkasan Hasil Penelitian.....	56
4.2 Pembahasan	57
4.3 Perbandingan dengan Hasil Riset Empiris	59

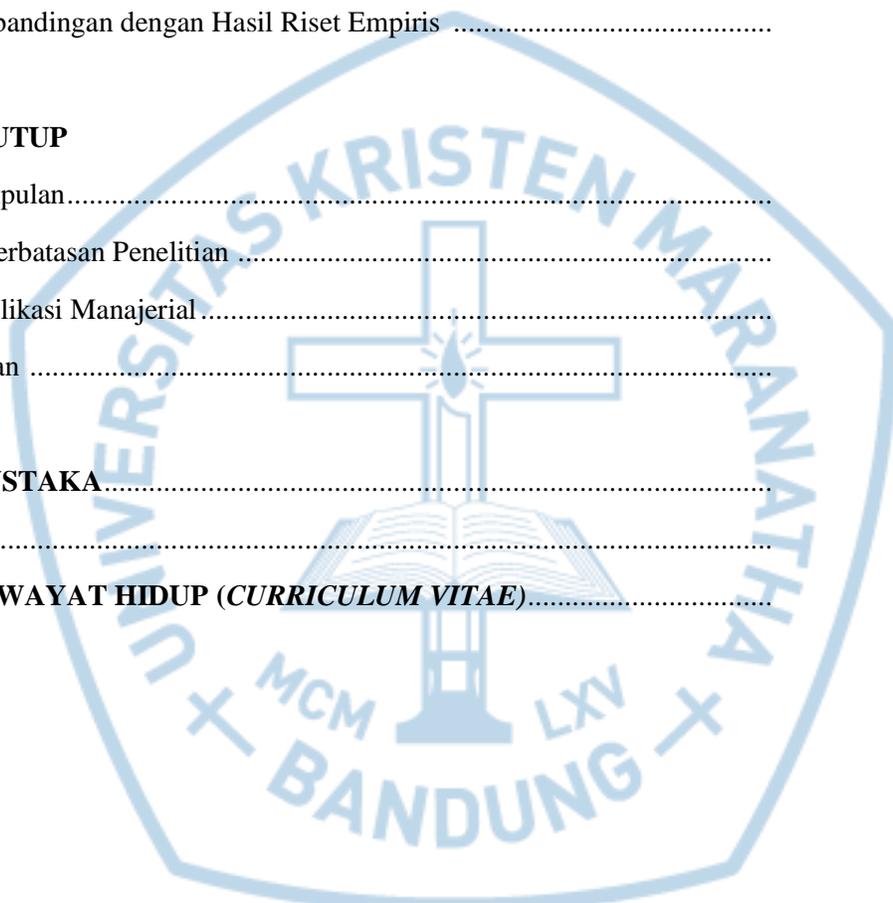
BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan.....	60
5.2 Keterbatasan Penelitian	60
5.3 Implikasi Manajerial	61
5.4 Saran	63

DAFTAR PUSTAKA	65
-----------------------------	----

LAMPIRAN	71
-----------------------	----

DAFTAR RIWAYAT HIDUP (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	102
---	-----



DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 2.1	Paradigma <i>Stimulus-Organism-Response</i>	11
Gambar 2.2	Rerangka Teori	25
Gambar 2.3	Rerangka Pemikiran	26
Gambar 2.4	Model Penelitian	29
Gambar 4.1	Ringkasan Hasil Penelitian	56



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Riset Empiris	29
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel (DOV)	42
Tabel 3.2	Hasil Kecukupan Sampel.....	46
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas	46
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 3.5	Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4.1	Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2	Usia	52
Tabel 4.3	Kriteria Berbelanja Di Mall Saat Ini.....	53
Tabel 4.4	Kriteria Tujuan Memasuki Mall	54
Tabel 4.5	Kriteria Sering Berbelanja di Mall.....	54
Tabel 4.6	Hasil Uji Hipotesis	55
Tabel 4.7	Hasil Besarnya Pengaruh.....	56
Tabel 4.8	Tabel Perbandingan Riset Empiris	59



DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran A	Kuesioner	71
Lampiran B	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	74
Lampiran C	Uji Normalitas	94
Lampiran D	Profil Responden	96
Lampiran E	Uji Regresi Linier Sederhana.....	99

