

PENGARUH *CATEGORY CHARACTERISTIC*, *CUSTOMER CHARACTERISTIC* DAN *CUSTOMER ACTIVITIES* TERHADAP *UNPLANNED PURCHASES* DI CARREFOUR GOLDEN CITY MALL SURABAYA



OLEH:
WILY CHRISTIANTO
3103008124

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2012

PENGARUH *CATEGORY CHARACTERISTICS, CUSTOMER
CHARACTERISTICS DAN CUSTOMER ACTIVITIES*
TERHADAP *UNPLANNED PURCHASES*
DI CARREFOUR GOLDEN CITY MALL
SURABAYA

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:

WILLY CHRISTIANTO

3103008124

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2012

SKRIPSI S-1

PENGARUH *CATEGORY CHARACTERISTIC*, *CUSTOMER CHARACTERISTIC* DAN *CUSTOMER ACTIVITIES* TERHADAP *UNPLANNED PURCHASES* DI CARREFOUR GOLDEN CITY MALL SURABAYA

Oleh:

WILLY CHRISTIANTO

3103008124

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan kepada Tim Penguji

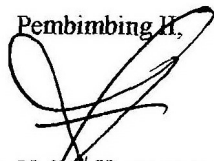
Pembimbing I,



DR. Christina Whidya Utami, MM.

Tanggal: 26-2-2012

Pembimbing II,



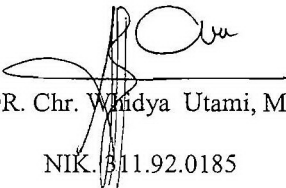
Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM

Tanggal: 26/2/2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : WILLY CHRISTIANTO, NRP : 3103008124
telah diuji pada tanggal 9 Maret 2012 dan dinyatakan LULUS oleh:

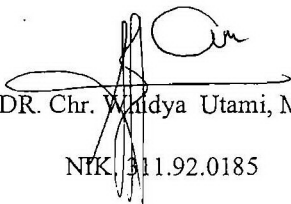
Ketua Tim Penguji:



DR. Chr. Whidya Utami, MM.
NIK. 311.92.0185

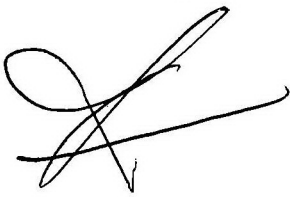
Mengetahui:

Dekan,



DR. Chr. Whidya Utami, MM
NIK. 311.92.0185

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. Julius Koesworo MM.
NIK. 311.89.0152

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Nama : Willy Christianto

NRP : 3103008124

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya;

PENGARUH *CATEGORY CHARACTERISTIC, CUSTOMER CHARACTERISTIC* DAN *CUSTOMER ACTIVITIES* TERHADAP *UNPLANNED PURCHASES* DI CARREFOUR GOLDEN CITY MALL SURABAYA

Untuk dipublikasikan/ ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Maret 2012

Willy Christianto


**METERAI
TEMPEL**
PAJAK MEMBANGUN BANGSA
TGL 20
A02D7AAF919881758
6000 ENAM RIBU RUPIAH
DJP
Willy Christianto

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas karunia-Nya, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Maksud dan tujuan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan terbatasnya waktu, kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki.

Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Christina Whidya Utami, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing penulisan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ec. Julius Koesworo, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan selaku dosen pembimbing II atas kesabaran dan waktu yang telah diluangkan dalam memberikan bimbingan penulisan skripsi ini serta memberikan masukan kepada penulis..
3. Kedua orang tua dan saudara saya yang senantiasa memberikan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Para dosen pendidik semua mata kuliah serta teman-teman yang secara langsung maupun tidak langsung turut memberikan saran dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan maka kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga penulisan ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Januari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAKSI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Akademik	7
1.4.2. Manfaat Praktis.....	7
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. <i>Category Characteristics</i>	11

a. <i>Coupon</i>	12
b. <i>Display</i>	12
c. <i>Hedonicity</i>	16
2.2.2. <i>Customer Characteristics</i>	19
a. <i>Gender</i>	19
b. <i>Household Size</i>	20
c. <i>Shopping With Others</i>	21
2.2.3. <i>Customer Activities</i>	21
a. <i>Shopping List</i>	22
b. <i>Shopping Frequency</i>	22
c. <i>Shopping Pattern</i>	23
d. <i>Amount Of Time</i>	23
e. <i>Method Of Payment</i>	23
2.2.4. <i>Unplanned Purchases</i>	24
2.3. <i>Hubungan Antar Variabel</i>	28
a. <i>Hubungan coupon terhadap unplanned purchases</i>	28
b. <i>Hubungan display terhadap Unplanned Purchases</i>	29
c. <i>Hubungan hedonicity terhadap Unplanned Purchases</i>	29
d. <i>Hubungan gender terhadap Unplanned Purchases</i>	29
e. <i>Hubungan household size terhadap Unplanned Purchases</i>	30
f. <i>Hubungan shopping with others terhadap Unplanned Purchases</i>	31
g. <i>Hubungan shopping list terhadap Unplanned Purchases</i>	31

h. Hubungan <i>shopping frequency</i> terhadap <i>Unplanned Purchases</i>	32
i. Hubungan <i>shopping pattern</i> terhadap <i>Unplanned Purchases</i>	32
j. Hubungan <i>amount of time</i> terhadap <i>Unplanned Purchases</i>	32
k. Hubungan <i>method of payment</i> terhadap <i>Unplanned Purchases</i>	33
2.4. Model Analisis.....	34
2.5. Hipotesis	34

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	37
3.2. Identifikasi Variabel	37
3.2.1. Variabel Independen (X).....	38
3.2.2. Variabel Dependen (Y), yaitu <i>Unplanned Purchases</i>	38
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	41
3.5. Alat dan Metode Pengumpulan Data	41
3.6. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	42
3.7. Teknik Analisis.....	42

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Responden.....	44
4.2. Statistik Deskripsi Variabel-Variabel Penelitian	47
4.2.1. Kupon	47
4.2.2. Tata letak barang.....	48
4.2.3. Hedonis	49

4.2.4. Jenis Kelamin.....	49
4.2.5. Ukuran Rumah Tangga	50
4.2.6. Rekan	50
4.2.7. Daftar Belanja.....	51
4.2.8. Frekuensi Belanja.....	52
4.2.9. Pola Belanja	52
4.2.10. Waktu Belanja.....	53
4.2.11. Metode Pembayaran.....	54
4.2.12. Pembelian Tidak Terencana.....	54
4.3. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	55
4.3.1. Analisis Data.....	55
4.3.2. Pengujian Hipotesis	58
4.4. Pembahasan.....	62

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	67
5.2. Saran	70

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Dilakukan Saat Ini	10
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	46
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	47
Table 4.5	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Kupon</i>	48
Table 4.6	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Display</i>	48
Table 4.7	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Hedonicity</i>	49
Tabel 4.8	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Gender</i>	50
Tabel 4.9	Pendapat Responden Berdasarkan Ukuran Rumah Tangga.....	50
Tabel 4.10	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Shopping with others</i>	51
Tabel 4.11	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Shopping list</i>	51
Tabel 4.12	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Shopping frequency</i> ..	52
Tabel 4.13	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Shopping pattern</i>	53
Tabel 4.14	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Amount of time</i>	53
Table 4.15	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Method of payment</i> ...	54
Tabel 4.16	Pendapat Responden Berdasarkan <i>Unplanned purchases</i>	54
Tabel 4.17	Hasil Analisis Regresi Logistik	56
Tabel 4.18	Hasil Klasifikasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis Penelitian	34
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Tanggapan Responden

Lampiran 3. Hasil Logistic Regresion

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *category characteristics*, *customer characteristics*, dan *customer activities* terhadap *unplanned purchases* di Carrefour Golden City Mall Surabaya. *Category characteristics* dikelompokkan berdasarkan *coupon*, *display*, *hedonicity*. *Customer characteristics* terdiri dari *gender*, *household size* dan *shopping with others*. *Customer activities* terdiri dari *shopping list*, *shopping frequency*, *shopping patern*, *amount of time* dan *method of payment*.

Penelitian ini menggunakan regresi logistic dengan 150 konsumen Carrefour Golden City Mall Surabaya sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan kriteria usia minimal 17 tahun karena pada usia tersebut sudah dianggap dewasa dan bisa mengambil keputusan, serta minimal 1 kali sebulan dalam 1 tahun terakhir mengunjungi Carrefour Golden City Mall Surabaya.

Penelitian ini menemukan bahwa variabel *coupon* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *unplanned purchases*, variabel *display* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *unplanned purchases*, variabel *hedonicity* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *unplanned purchases*, variabel *gender* tidak berpengaruh terhadap *unplanned purchases*, variabel *household size* tidak berpengaruh terhadap *unplanned purchases*, variabel *shopping with others* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *unplanned purchases*, variabel *shopping list* tidak berpengaruh terhadap *unplanned purchases*, variabel *shopping frequency* berpengaruh negatif secara signifikan terhadap *unplanned purchases*, variabel *shopping pattern* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *unplanned purchases*, variabel *amount of time* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *unplanned purchases*, variabel *method of payment* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *unplanned purchases*.

Kata Kunci : *Category Characteristics, Customer Characteristics, Customer Activities dan Unplanned Purchases*

THE INFLUENCE OF *CATEGORY CHARACTERISTIC, CUSTOMER
CHARACTERISTIC, AND CUSTOMER ACTIVITIES*
TO *UNPLANNED PURCHASES*
IN CARREFOUR GOLDEN CITY MALL SURABAYA

ABSTRACT

The objective of the study was to investigate the influence of category characteristic, customer characteristic and customer activities on unplanned purchases among customers in Carrefour Golden City Mall Surabaya. Category characteristics grouped by coupon, display and hedonicity. Customer characteristics consist of gender, household size and shopping with others. Customer activities consist of shopping list, shopping frequency, shopping pattern, amount of time and method of payment.

This study using logistic regression analysis with 150 shoppers conveniently sampled at Carrefour Golden City Mall Surabaya as the sample. The technique which is used to take the data is purposive sampling, with the criteria at least 17 years old, because they are considered adult and can make a decision, and at least once a month in a year last visited Carrefour Golden City Mall Surabaya

This study found that variable coupon positively effect and significant on unplanned purchases, variable display positively effect and significant on unplanned purchases, variable hedonicity positively effect and significant on unplanned purchases, variable gender not effect on unplanned purchases, variable household size not effect on unplanned purchases, variable shopping with others positively effect on unplanned purchases, variable shopping list not effect on unplanned purchases, variable shopping frequency negatively effect and significant on unplanned purchases, variable shopping pattern positively effect and significant on unplanned purchases, variable amount of time positively effect and significant on unplanned purchases, variable method of payment positively effect and significant on unplanned purchases.

**Keywords : Category Characteristics, Customer Characteristics,
Customer Activities and Unplanned Purchases**