

SKRIPSI
THE ANALYSIS OF FASHION ORIENTATION INFLUENCE ON
COMPULSIVE BUYING BEHAVIOR PURCHASE WITH THE USE
OF CREDIT CARDS ON CHARLES & KEITH SHOES STORE
SURABAYA



OLEH:
LIVIA LUSRI
3103006301

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2010

**THE ANALYSIS OF FASHION ORIENTATION INFLUENCE ON
COMPULSIVE BUYING BEHAVIOR PURCHASE WITH THE USE
OF CREDIT CARDS ON CHARLES & KEITH SHOES STORE
SURABAYA**

SKRIPSI

Ini diajukan kepada

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk memenuhi sebagian persyaratan

memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

LIVIA LUSRI

3103006301

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2010

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *FASHION ORIENTATION* TERHADAP
PEMBELIAN KOMPULSIF MELALUI PENGGUNAAN KARTU
KREDIT PADA TOKO SEPATU CHARLES & KEITH SURABAYA**

OLEH:
LIVIA LUSRI
3103006301

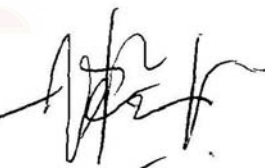
Telah Disetujui dan Diterima Untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I.



Lena Ellitan, Ph.D
Tanggal: 20 Juli 2010

Pembimbing II.



Veronika Rachmawati, SE., M.Si.
Tanggal: 14 Juli 2010

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: **LIVIA LUSRI NRP: 3103006301**

Telah diuji pada tanggal 7 Agustus 2020 Dan dinyatakan LULUS oleh:

Ketua Tim Penguji


Drs. Ec M. Sainardi, MM

Mengetahui,

Dekan,

Ketua Jurusan,


Dr. Christina Whidya Utami, MM


Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM

PERYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Livia Lusri

NRP : 3103006301

Judul Tugas Akhir : ANALISIS PENGARUH *FASHION ORIENTATION*
TERHADAP PEMBELIAN KOMPULSIF MELALUI
PENGUNAAN KARTU KREDIT PADA TOKO
SEPATU CHARLES & KEITH SURABAYA

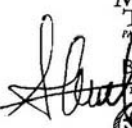
Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya tulis ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini di publikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Hak Cipta.

Dalam pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, Juli 2010

Yang menyatakan


METERAI
TEMPEL
PADA KEMAHANGKUTAN BANGSA
GL
20
93D9AAF233409931
ENAM RIBU RUPIAH
6000
DJP
LIVIA LUSRI.

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 Ekonomi 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. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang sangat bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Christina Whidya Utami, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Lena Ellitan, Ph.D selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing penulisan skripsi ini.
4. Veronika Rachmawati, SE., Msi. selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing penulisan skripsi ini.
5. Para dosen pendidik semua mata kuliah serta teman-teman yang secara langsung maupun tidak langsung turut memberikan saran dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Kedua orang tua dan saudara-saudariku yang senantiasa memberikan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini.

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

Surabaya, Juli 2010

Penulis



DAFTAR GAMBAR
DAFTAR LAMPIRAN
DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR ISI
PENDAHULUAN
 1.1 Latar Belakang Permasalahan
 1.2 Perumusan Masalah
 1.3 Tujuan Penelitian
 1.4 Manfaat Penelitian
 1.5 Sistematika Skripsi.....
TINJAUAN KEPUSTAKAAN
 2.1 Landasan Teori.....
 2.1.1 Ritel
 2.1.1.1 Pengertian Ritel
 2.1.1.2 Pengelompokan Bisnis Ritel.....
 2.1.1.3 Perbedaan Industri Ritel dengan
 Industri Lainnya.....

DAFTAR GAMBAR
DAFTAR LAMPIRAN
DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR ISI
PENDAHULUAN
 1.1 Latar Belakang Permasalahan
 1.2 Perumusan Masalah
 1.3 Tujuan Penelitian
 1.4 Manfaat Penelitian
 1.5 Sistematika Skripsi.....
TINJAUAN KEPUSTAKAAN
 2.1 Landasan Teori.....
 2.1.1 Ritel
 2.1.1.1 Pengertian Ritel
 2.1.1.2 Pengelompokan Bisnis Ritel.....
 2.1.1.3 Perbedaan Industri Ritel dengan
 Industri Lainnya.....

	2.1.3	Kartu Kredit	22
	2.1.4	Pembelian Kompulsif.....	24
	2.2	Penelitian Sebelumnya	26
	2.3	Hubungan antara <i>Fashion Orientation</i> , Penggunaan Kartu Kredit dan Pembelian Kompulsif.....	26
	2.4	Hipotesis dan Model Analisis	27
BAB 3		METODE PENELITIAN	28
	3.1	Pendekatan Penelitian	29
	3.2	Identifikasi Variabel.....	29
	3.3	Definisi Operasional Variabel.....	30
	3.4	Jenis dan Sumber Data	33
	3.5	Prosedur Pengumpulan Data	33
	3.6	Populasi, dan Sampel Penelitian	34
	3.7	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	35
	3.8	Teknik Analisis	36
BAB 4		ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	38
	4.1	Profil Perusahaan	38
	4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	39
	4.3	Deskripsi Hasil Penelitian	43
	4.4	Analisis Data	50
	4.4.1	Evaluasi Outlier.....	50
	4.4.2	Evaluasi Reliabilitas.....	52
	4.4.3	Evaluasi Validitas.....	54
	4.4.4	Evaluasi <i>Construct Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i>	56
	4.4.5	Evaluasi Normalitas	58
	4.4.6	Analisis Model <i>One – Step Approach to SEM</i>	60

4.4.7	Uji Hubungan dan Kausalitas.....	64
4.5	Pembahasan	66
BAB 5	SIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1	Simpulan.....	71
5.2	Saran	72
DAFTAR KEPUSTAKAAN		
LAMPIRAN		

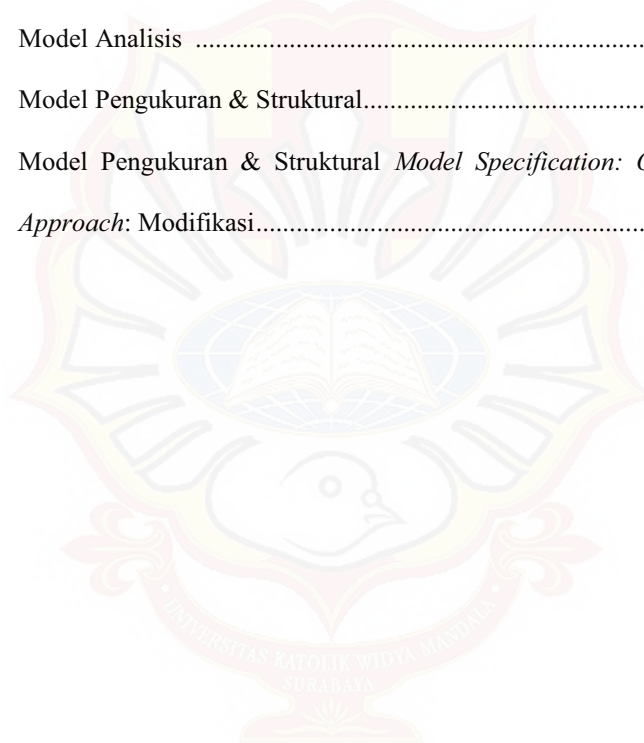


DAFTAR TABEL

Nomor:	Halaman
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	40
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja 1 Bulan.....	42
4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Kartu Kredit 1 Bulan.....	42
4.6. Kategori Penilaian Responden	44
4.7. Distribusi Frekuensi <i>Fashion Leadership</i>	44
4.8. Distribusi Frekuensi <i>Fashion Interest</i>	45
4.9. Distribusi Frekuensi <i>Importance of Being Well Dressed</i>	46
4.10. Distribusi Frekuensi <i>Anti Fashion Attitude</i>	47
4.11. Distribusi Frekuensi <i>Credit Card Use</i>	48
4.12. Distribusi Frekuensi <i>Compulsive Buying</i>	49
4.13. Outlier Data	51
4.14. Reliabilitas Data.....	53
4.15. Validitas Data	55
4.16. <i>Construct Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i>	57
4.17. Normalitas Data	59
4.18. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indecs Model One-Step Approach-Base Model</i>	62
4.19. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indecs Model One-Step Approach-Modifikasi</i>	64
4.20. Hasil Uji Kausalitas dan Hubungan	65

DAFTAR GAMBAR

Nomor:	Halaman
2.1. <i>Stages in the Fashion Life Cycle</i>	18
2.2. Model Analisis	28
4.1. Model Pengukuran & Struktural.....	61
4.2. Model Pengukuran & Struktural <i>Model Specification: One Step Approach: Modifikasi</i>	63



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor:

1. Kuesioner
2. Karakteristik Responden Penelitian
3. Uji Normalitas
4. Uji Outliers
5. Uji Reliabilitas *Cronbach Alpha*
6. *Standardized Direct Effects - Estimates*
7. *Estimate*
8. *Modification Indexes*
9. *Fit Measure*
10. *Fit Measure* Modifikasi

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *fashion interest* terhadap *fashion leadership*, pengaruh *fashion interest* terhadap *importance of being well dressed*, pengaruh *importance of being well dressed* terhadap *anti fashion attitude*, pengaruh *fashion interest* terhadap *credit cards use*, pengaruh *credit card use* terhadap *compulsive buying*, pengaruh *fashion interest* terhadap *compulsive buying* di toko sepatu Charles & Keith Surabaya.

Metode yang dipakai untuk mengumpulkan data adalah dengan membagikan kuesioner kepada 150 responden dengan karakteristik merupakan konsumen wanita, pengunjung tetap Charles & Keith Surabaya, membeli sepatu di toko tersebut dalam 3 bulan terakhir, memiliki kartu kredit dan menggunakannya untuk membeli sepatu di Charles & Keith, dan bertempat tinggal di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang dipakai disini yaitu non probabilitas, yaitu dengan cara *convenience sampling* dan *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis *structural equation modelling* dengan AMOS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *fashion interest* tidak berpengaruh terhadap *credit card use*, *credit card use* berpengaruh positif terhadap *compulsive buying*, *fashion interest* berpengaruh positif terhadap *compulsive buying*, antara *fashion leadership* dan *fashion interest* terdapat hubungan yang relatif lemah yang bersifat positif, antara *fashion leadership* dan *importance of being well dressed* terdapat hubungan yang relatif lemah yang bersifat positif, antara *importance of being well dressed* dan *anti-fashion attitude* terdapat hubungan cukup kuat yang bersifat positif, antara *fashion leadership* dan *importance of being well dressed* terdapat hubungan cukup kuat bersifat positif, dan antara *fashion leadership* dan *anti-fashion attitude* terdapat hubungan cukup kuat yang bersifat positif. Melalui hasil tersebut, maka Charles & Keith Surabaya disarankan agar mempertahankan atau meningkatkan fasilitas penggunaan kartu kredit, memahami selera konsumen dalam *fashion*, memberi servis yang lebih baik secara individual dan juga menawarkan produk yang lebih cocok dengan selera *fashion* konsumen tersebut.

Kata Kunci: *compulsive buying, credit card use, fashion orientation, fashion interest, fashion leadership, importance of being well dressed, anti-fashion attitude, Charles and Keith.*

**THE ANALYSIS OF FASHION ORIENTATION
INFLUENCE ON COMPULSIVE BUYING BEHAVIOR
PURCHASE WITH THE USE OF CREDIT CARDS ON
CHARLES & KEITH SHOES STORE SURABAYA**

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the influence of fashion interest, fashion leadership, fashion interest, the influence of the importance of being well Dressed, the effect of importance of being well attitude Dressed to the anti-fashion, fashion influence of interest on credit cards to use, the effect of credit card use to compulsive buying, the influence of fashion on the compulsive buying interest in a shoe shop Charles & Keith Singapore.

Methods used to collect data is to distribute questionnaires to 150 respondents with the characteristics of the female consumer, the visitor remains of Charles & Keith Singapore, often buy shoes in the store, have a credit card and residence in Surabaya. The sampling technique used here is non-probability, that is by convenience sampling and purposive sampling. Engineering analysis using structural equation modelling with AMOS.

Results showed that fashion interest, no effect on credit card use, credit card use positive effect on compulsive buying, fashion interest, positive effect on compulsive buying, between fashion leadership and fashion interest, there is relatively little relationship is positive, between fashion leadership and the importance of being well dressed there is a relatively weak relationship that is positive, the importance of being well Dressed, and anti-fashion attitude are strong enough to be a positive relationship between fashion leadership and the importance of being well Dressed to have strong enough relationships are positive, and between fashion leadership and anti-fashion attitude there is a strong enough relationship is positive. Through those results, Charles & Keith Singapore are advised to maintain or improve the facilities of credit card usage, understanding of consumer tastes in fashion, giving better service individually and also offer products that better fit the fashion tastes of consumers.

Key Words: compulsive buying, credit card use, fashion orientation, fashion interest, fashion leadership, importance of being well dressed, anti-fashion attitude, Charles and Keith.