

PENGARUH MOTIVASI BERBELANJA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DI INFINITE GALAXY MALL
SURABAYA

Skripsi S-1



OLEH :

AGREE SEPTIA EKO MARTOYO
3103011239

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

**PENGARUH MOTIVASI BERBELANJA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DI INFINITE GALAXY MALL
SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**

OLEH:

**AGREE SEPTIA EKO MARTOYO
3103011239**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016**

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : AGREE SEPTIA EKO MARTOYO

NRP : 3103011239

Judul : ***PENGARUH MOTIVASI BERBELANJA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DI INFINITE
GALAXY MALL SURABAYA***

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

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta. Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Januari 2016
Yang menyatakan,



(AGREE SEPTIA EKO MARTOYO)

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

***PENGARUH GENDER DAN MOTIVASI BERBELANJA
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI INFINITE
GALAXY MALL SURABAYA***

OLEH:

AGREE SEPTIA

3103011239

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE.,M.Si.

Tanggal:.....

Pembimbing II,



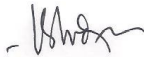
Arini, SE., MM.

Tanggal:.....

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Agree Septia Eko Martoyo NRP 3103011239
Telah diuji pada tanggal 30 Januari 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji

Ketua Tim Penguji



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M. Si

NIK. 311.95.0228

Mengetahui

Dekan,



NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan



Elisabeth Supriharyanti, SE.,
M. Si

NIK. 311.99.0369

KATA PENGANTAR

Pujidan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala bantuan, kasih, dan bimbingan selama tugas akhir skripsi ini. Laporan Tugas Akhir Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan Laporan Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus
2. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Ibu Elisabeth Supriharyanti, M.Si., SE., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Arini, SE., MM selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan banyak saran dan nasehat untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Orang tua saya Ibu Tutik Sriyani, serta saudara saya Leony Laraz serta seluruh keluarga besar atas dukungan yang telah diberikan.
6. Kekasih saya Rizqi selalu memberikan semangat dalam menyusun skripsi ini.
7. Teman – teman Doni, Novita, Like dan teman-teman seperjuangan skripsi, Sunita dan Calvin yang telah berjuang bersama dan memberikan dukungan.

8. Semua sahabat di kampus, terima kasih atas setiap kontribusi yang kalian berikan. Baik berupa motivasi, kritik, dan dukungan yang membantu penulis dalam menyelesaikan karya ini.
9. Pihak-pihak yang berkepentingan yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa dalam tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dari itu kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembacanya.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Akademik	8
1.4.2 .Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	8
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 .Loyalitas Konsumen	11
2.2.2 .Motivasi Berbelanja.....	13
2.2.3.1. Information Attainment	14
2.2.3.2. Price Comparison.....	15

2.2.3.3	Uniqueness Seeking	16
2.2.3.4	Assortment Seeking	17
2.2.3.5	Convenience Seeking.....	18
2.2.3.6	Social Interaction	19
2.2.3.7	Browsing	19
2.3	Hubungan Antar Variabel	19
2.3.1	Pengaruh Information Attainment terhadap Loyalty	19
2.3.2	Pengaruh Price Comparison terhadap Loyalty	20
2.3.3	Pengaruh Uniqueness Seeking terhadap Loyalty	20
2.3.4	Pengaruh Assortment Seeking terhadap Loyalty	21
2.3.5	Pengaruh Convenience Seeking terhadap Loyalty	21
2.3.6	Pengaruh Social Interaction terhadap Loyalty.....	21
2.3.7	Pengaruh Browsing terhadap Loyalty .	22
2.4	Model Penelitian	23
2.5	Hipotesis	24

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian.....	25
3.2	Identifikasi Variabel Penelitian.....	25
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	26
3.3.1	Information Attainment.....	26
3.3.2	Price Comparison.....	26
3.3.3	Uniqueness Seeking.....	27

3.3.4 Assortment Seeking.....	27
3.3.5 Convenience seeking.....	28
3.3.6 Social Interaction.....	28
3.3.7 Browsing.....	29
3.3.8 Loyalty.....	29
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	30
3.5. Skala Pengukuran.....	30
3.6 .Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	31
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan	
Sampel	31
3.7.1 Populasi.....	31
3.7.2 Sampel.....	31
3.7.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.8. Teknis Analisis Data.....	32
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	32
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.8.3 Regresi Linier Berganda.....	35
3.8.4 Uji F.....	36
3.8.5 Uji Parsial (Uji T).....	37
3.8.6 Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2)	38
3.8.7 Uji Hipotesis.....	38

BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Galxy Mall Surabaya.....	39
4.1.1. Sejarah Singkat.....	39
4.1.2. Visi.....	39
4.1.3. Misi.....	39

4.2. Analisi Deskripsi variable	
Penelitian.....	40
4.2.1. Deskriptif Karakteristik Responden.....	40
4.2.2. Jawaban Responden terhadap Variabel-variabel penelitian.....	41
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
4.2.3. Uji Validitas.....	51
4.2.4. Uji Reliabilitas.....	51
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	52
4.4.1. Normalitas.....	52
4.4.2. Multikolinieritas.....	53
4.4.3. Heteroskedastisitas.....	54
4.5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
4.5.1. Koefisien Korelasi.....	57
4.5.2. Korelasi Parsial.....	58
4.5.3. Koefisien Determinasi Berganda.....	59
4.5.4. Pengujian Hipotesis.....	59
4.5.4.1. Uji t.....	62
4.5.4.2. Uji F.....	62
4.6. Pembahasan.....	63
4.6.1. Pengaruh Variabel <i>Information Attainment</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Infinite Galaxy Mall Surabaya.....	63
4.6.2. Pengaruh Variabel <i>Price Comparison</i> terhadap <i>Loyalty</i> pada Infinite Galaxy Mall Surabaya.....	63
4.6.3. Pengaruh Variabel <i>Uniqueness Seeking</i> terhadap <i>Loyalty</i> pada Infinite Galaxy Mall Surabaya.....	64

4.6.4. Pengaruh Variabel <i>Assortment Seeking</i> terhadap <i>Loyalty</i> pada Infinite Galaxy Mall	
Surabaya.....	65
4.6.5. Penuh Variabel <i>Convenience Seeking</i> terhadap <i>Loyalty</i> pada Infinite Galaxy Mall	
Surabaya.....	66
4.6.6. Pengaruh Variabel <i>Social Interaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Infinite Galaxy Mall	
Surabaya.....	66
4.6.7. Pengaruh Variabel <i>Browsing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Infinite Galaxy Mall	
Surabaya.....	67

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1.Kesimpulan.....	69
5.2.Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	12
Tabel 3.1	Klasifikasi Nilai Durbin – Watson	38
Tabel 4.1	Deskripsi Jenis Kelamin Responden	44
Tabel 4.2	Deskripsi Umur Responden	45
Tabel 4.3	Hasil Penilaian Rata-rata Variabel Information attainment (X1)	46
tabel 4.4	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Price Comparison</i> (X ₂).....	47
tabel 4.5	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Uniqueness Seeking</i> (X ₃).....	48
tabel 4.6	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Assortment Seeking</i> (X ₄)	49
tabel 4.7	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Convenience</i> <i>seeking</i> (X ₅).....	50
tabel 4.8	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Sosial interaction</i> (X ₆).....	51

tabel 4.9	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Browsing (X7)	52
Tabel 4.10	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalty (Y).....	53
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Validitas.....	54
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Reliabilitas	55
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4.15	Hasil Uji Glejser	59
Tabel 4.16	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4.17	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	62
Tabel 4.18	Nilai Koefisien Korelasi Parsial.....	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	26
Gambar 4.1 Grafik Pengujian Heteroskedastisitas	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Lampiran 2: Data Penelitian

Lampiran 3: Statistik Deskriptif Variabel

Lampiran 4: Uji Validitas

Lampiran 5: Uji Reliabilitas

Lampiran 6: Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7: Regresi Linear Berganda

ABSTRAK

Perkembangan dunia ritel telah merubah pola pikir masyarakat yang membuat belanja menjadi gaya hidup. Disamping itu, semakin banyaknya toko ritel maka konsumen semakin dihadapkan pada banyaknya pilihan. Salah satu faktor yang mempengaruhi manusia dalam menentukan pilihan toko mereka dalam berbelanja adalah motivasi belanja. Selain itu, peran gender juga mempengaruhi tingkat motivasi seseorang dalam berbelanja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi berbelanja terhadap loyalitas konsumen di Infinite Galaxy Mall Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen produk Apple di toko Infinite Galaxy Mall Surabaya, sedangkan sampel yang diambil sebanyak 130 konsumen dengan menggunakan metode purposive sampling. Data yang digunakan adalah data primer, dimana data dikumpulkan dengan menyebar kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) information attainment berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen; (2) price comparison berpengaruh negatif terhadap loyalitas konsumen; (3) uniqueness seeking berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen; (4) assortment seeking tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen; (5) convenience seeking tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen; (6) Social Interaction berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen; (7) Browsing berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Motivasi Berbelanja, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Development of in the world of retailing has changed the mindset of the people who make shopping becomes a reflection of lifestyle. In addition, the increasing number of retail stores so consumers are increasingly faced with many choices. One factor that affects humans in determining the choice of their stores in shopping is shopping motivations. Moreover, gender roles also affect a person's level of motivation in shopping. This study aimed to analyze the influence of shopping motivations on customer loyalty in Infinite Galaxy Mall Surabaya.

This study uses a quantitative approach. The populations in this study are all consumers of Apple products in stores Infinite Galaxy Mall Surabaya, whereas samples taken as many as 130 consumers by using purposive sampling method. The data used are primary data, where data is collected by distributing questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis.

The results in this study show that: (1) information attainment has a positive influence on customer loyalty; (2) price comparison has a negative influence on customer loyalty; (3) uniqueness seeking has a positive influence on customer loyalty; (4) assortment seeking does not have a positive influence on customer loyalty; (5) convenience seeking does not have a positive influence on customer loyalty; (6) social interaction has a positive influence on customer loyalty; (7) browsing has a positive influence on customer loyalty.

Keywords: Shopping Motivations, Consumer Loyalty