

**PENGARUH *CONSUMER ANXIETY, ESCAPISM*, DAN
GRATIFICATION SHOPPING TERHADAP *COMPULSIVE*
BUYING PADA TOKO BUKU GRAMEDIA
DI TUNJUNGAN PLAZA**



**Disusun Oleh :
JONNATHAN WIDAYAT
3103014020**

**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *CONSUMER ANXIETY, ESCAPISM*, DAN
GRATIFICATION SHOPPING YANG TERHADAP
COMPULSIVE BUYING PADA TOKO BUKU GRAMEDIA
DI TUNJUNGAN PLAZA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

Oleh:
JONNATHAN WIDAYAT
3103014020

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

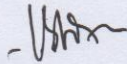
**PENGARUH *CONSUMER ANXIETY, ESCAPISM, DAN
GRATIFICATION SHOPPING* YANG TERHADAP
COMPULSIVE BUYING PADA TOKO BUKU GRAMEDIA
DI TUNJUNGAN PLAZA**

Oleh:
JONNATHAN WIDAYAT
3103014020

Telah disetujui dan diterima dengan baik
Untuk diajukan kepada Tim Penguji

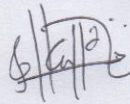
Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.SI

Tanggal: 17-5-2018



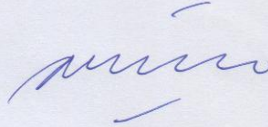
Yuliasti Ika Handayani, SE., MM

Tanggal: 17-5-2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Jonnathan Widayat NRP 3103014020 Telah diuji pada tanggal 23 Juli 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dr. Lydia Ari Widyarini, S.E., M.M.

NIK. 311.92.0183

Mengetahui:



Dr. Lodovicus Lasdi, MM
NIK.321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L., SE.,M.Sc
NIK.311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jonnathan Widayat

NRP : 3103014020

Judul Skripsi : Pengaruh *Consumer Anxiety*, *Escapism*, dan *Gratification Shopping* terhadap *Compulsive Buying* pada Toko Buku Gramedia di Tunjungan Plaza

Menyatakan tugas akhir skripsi ini merupakan karya tulis sendiri. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen 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, 8 Mei 2018

Yang menyatakan,



Jonnathan Widayat

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, oleh karena anugerah dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Consumer Anxiety, Escapism, dan Gratification Shopping* terhadap *Compulsive Buying* pada Toko Buku Gramedia di Tunjungan Plaza”. Ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga, kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang membimbing, mengarahkan, dan meluangkan waktu untuk penulis sejak awal pembuatan hingga akhir dengan sangat baik.
4. Ibu Yuliasti, SE., MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing, membantu memberikan masukan, dan

mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.

5. Ibu Dr. Tuty Lindawati SE., MM selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis selama menempuh kuliah dari semester satu hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Semua Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis terutama dosen ritel yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
7. Yang tercinta dan terhormat kepada Papa dan Mama yaitu Hanny Widayat dan Megawati Sagita atas dukungan baik moral dan materiil, inspirasi, motivasi, dan doa yang tidak pernah putus-putusnya, serta adik (Deviana Natalia Widayat), kedua kakak kandung (Lydia Natalia Widayat dan Olivia Natalia Widayat), kakak ipar (Yuzaki Chay), dan juga keponakan (Velove Nathaniela Yo) penulis yang turut memotivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
8. Bapak Pdt. Daniel Pangalila beserta istri yang mendoakan proses penyelesaian skripsi ini dari awal hingga akhir. Dan juga teman dari masa kecil yaitu Daniel Wongso dengan guru les yang telah membantu yaitu Erwin Limanto.
9. Teman-teman pada masa perkuliahan (Stephen, Michael, Edward, Ardita), terima kasih sudah menemani masa perkuliahan. Dukungan kalian benar-benar berarti bagi penulis, hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

10. Teman-teman dari masa SMA hingga sekarang yaitu Brotherhood dan Brothersisterhood.
11. Semua teman-teman Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen terutama rumpun ritel.
12. Seluruh responden penelitian yang telah menyempatkan waktu dalam pengisian kuesioner.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat luas dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya.

Surabaya, 8 Mei 2018

Jonnathan Widayat

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH...	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Sistematika Penulisan.....	10
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	13
2.1. Penelitian Terdahulu.....	13
2.2. Landasan Teori.....	17

2.2.1. <i>Compulsive Buying</i>	17
2.2.2. <i>Gratification Shopping</i>	24
2.2.3. <i>Escapism</i>	26
2.2.4. <i>Consumer Anxiety</i>	29
2.3. Pengaruh Antar Variabel.....	33
2.3.1. Pengaruh <i>Consumer Anxiety</i> terhadap <i>Compulsive Buying</i>	33
2.3.2. Pengaruh <i>Consumer Anxiety</i> terhadap <i>Escapism</i>	34
2.3.3. Pengaruh <i>Escapism</i> terhadap <i>Compulsive Buying</i>	35
2.3.4. Pengaruh <i>Gratification Shopping</i> terhadap <i>Compulsive Buying</i>	36
2.4. Model Penelitian.....	37
2.5. Hipotesis Penelitian.....	37
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	39
3.1. Desain Penelitian.....	39
3.2. Identifikasi Variabel.....	39
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	40
3.3.1. <i>Compulsive Buying</i>	40
3.3.2. <i>Gratification Shopping</i>	41
3.3.3. <i>Escapism</i>	41
3.3.4. <i>Consumer Anxiety</i>	42
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	42
3.4.1. Jenis Data.....	42

3.4.2. Sumber Data.....	42
3.5. Pengukuran Variabel.....	43
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	43
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	44
3.7.1. Populasi.....	44
3.7.2. Sampel.....	44
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	45
3.8. Teknik Analisis Data.....	45
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Sampel Penelitian.....	48
4.2 Karakteristik Responden.....	48
4.2.1 Domisili.....	49
4.2.2 Jumlah Pembelian Dalam 1 Bulan Terakhir...	49
4.2.3 Usia.....	50
4.2.4 Jenis Kelamin.....	50
4.2.5 Pendidikan Terakhir.....	51
4.2.6 Pendapatan.....	51
4.2.7 Pekerjaan.....	52
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	52
4.3.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Consumer Anxiety</i>	54
4.3.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Escapism</i>	55
4.3.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Gratification</i> <i>Shopping</i>	66

4.3.4	Statistik Deskriptif Variabel <i>Compulsive Buying</i>	57
4.4	Analisis Data.....	58
4.4.1	Uji Normalitas Data.....	58
4.4.2	Uji Kecocokan Model.....	59
4.4.3	Uji Validitas.....	60
4.4.4	Uji Reliabilitas.....	62
4.5	Persamaan Struktural.....	65
4.6	Pengujian Hipotesis.....	67
4.7	Pembahasan.....	69
4.7.1	Pengaruh <i>Consumer Anxiety</i> terhadap <i>Compulsive Buying</i> pada Gramedia di Tunjungan Plaza.....	69
4.7.2	Pengaruh <i>Consumer Anxiety</i> terhadap <i>Escapism</i> pada Gramedia di Tunjungan Plaza.....	71
4.7.3	Pengaruh <i>Escapism</i> terhadap <i>Compulsive Buying</i> pada Gramedia di Tunjungan Plaza.....	73
4.7.4	Pengaruh <i>Gratification Shopping</i> terhadap <i>Compulsive Buying</i> pada Gramedia di Tunjungan Plaza.....	74
BAB 5	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	76
5.1	Simpulan.....	76
5.2	Saran.....	76
5.2.1	Saran Praktis.....	77
5.2.2	Saran Akademis.....	77

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Pembagian Kuesioner.....	48
Tabel 4.2 Domisili.....	49
Tabel 4.3 Jumlah Pembelian Dalam 1 Bulan Terakhir.....	49
Tabel 4.4 Usia.....	50
Tabel 4.5 Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.6 Pendidikan.....	51
Tabel 4.7 Pendapatan.....	51
Tabel 4.8 Pekerjaan.....	52
Tabel 4.9 Interval Rata-Rata Skor.....	53
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Consumer Anxiety</i>	54
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Escapism</i>	55
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Gratification</i> <i>Shopping</i>	56
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel <i>Compulsive</i> <i>Buying</i>	57
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	58
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	59
Tabel 4.16 Uji Kecocokan Model.....	60
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4.19 Persamaan Struktural.....	66
Tabel 4.20 Pengujian Hipotesis.....	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Toko Buku Paling Dikenal Oleh Publik.....	2
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	37
Gambar 4.1 <i>Path Diagram (Standardized Solution)</i>	62
Gambar 4.2 <i>Path Diagram (Estimates)</i>	65
Gambar 4.3 <i>Path Diagram (T-Value)</i>	68

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Responden
- Lampiran 3. Identitas Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Output *Lisrel*
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Gambar *Path Diagram*

PENGARUH *CONSUMER ANXIETY*, *ESCAPISM*, DAN *GRATIFICATION SHOPPING* TERHADAP *COMPULSIVE BUYING* PADA TOKO BUKU GRAMEDIA DI TUNJUNGAN PLAZA

ABSTRAK

Pembelian kompulsif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan. Pembelian kompulsif memiliki konsekuensi jangka pendek dan jangka panjang. Konsekuensi jangka pendek bentuknya dapat bersifat positif seperti pengurangan stres dan ketegangan. Konsekuensi jangka panjang, merupakan hal yang merugikan dalam bidang ekonomi dan psikologis seperti tingginya tunggakan kartu kredit, beban hutang pribadi yang berlebihan, rendahnya tabungan, terjerat kasus hukum, munculnya perasaan rendah diri, rasa bersalah, depresi, cemas, frustrasi serta munculnya konflik interpersonal.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *consumer Anxiety*, *escapism*, dan *gratification shopping* yang menyebabkan *compulsive buying* pada Toko Buku Gramedia di Tunjungan Plaza. Sampel yang digunakan sebanyak 150 responden. Memakai teknik sampling yaitu purposive sampling. Penelitian ini menggunakan teknik analisis SEM dengan bantuan program LISREL 8.70.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *consumer anxiety* terhadap *compulsive buying*, *consumer anxiety* terhadap *escapism*, *escapism* terhadap *compulsive buying*, dan *gratification shopping* terhadap *compulsive buying*.

Kata Kunci : *Consumer Anxiety, Escapism, Gratification Shopping, Compulsive Buying*

THE EFFECT OF CONSUMER ANXIETY, ESCAPISM, AND GRATIFICATION SHOPPING TO COMPULSIVE BUYING AT THE GRAMEDIA BOOKSTORE IN TUNJUNGAN PLAZA

ABSTRACT

Compulsive buying is a phenomenon that many people's lives, especially those living in urban areas. Compulsive purchases have short-term and long-term consequences. The short-term consequences of its form can be positive such as stress reduction and tension. Long-term consequences, which are detrimental to the economic and psychological aspects such as high credit card arrears, excessive personal debt burdens, low savings, entangled legal cases, the emergence of feelings of inferiority, guilt, depression, anxiety, frustration and interpersonal conflict.

This research aims to test the influence of consumer Anxiety, escapism, and gratification shopping that causes compulsive buying at the Gramedia Bookstore in Tunjungan Plaza. The sample used as many as 150 respondents. Purposive sampling technique that is wearing a sampling This research uses the SEM analysis techniques with the help of 8.70 LISREL program.

The results showed that there is a positive influence among consumer anxiety against compulsive buying, consumer anxiety towards escapism, escapism against compulsive buying, and gratification shopping against compulsive buying.

Keywords : *Consumer Anxiety, Escapism, Gratification Shopping, Compulsive Buying*