

**PENGARUH ATRIBUT SUPERMARKET TERHADAP
MOTIF BELANJA HEDONIK DAN MOTIF BELANJA
UTILITARIAN SERTA LOYALITAS KONSUMEN
CARREFOUR DI SURABAYA**



OLEH:

YANUAR IRSAN

3103007223

FAKULTAS BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2013

**PENGARUH ATRIBUT SUPERMARKET TERHADAP MOTIF
BELANJA HEDONIK DAN MOTIF BELANJA UTILITARIAN
SERTA LOYALITAS KONSUMEN CARREFOUR DI
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

YANUAR IRSAN BANUNAEK

3103007223

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH ATRIBUT SUPERMARKET TERHADAP MOTIF
BELANJA HEDONIK DAN MOTIF BELANJA UTILITARIAN SERTA
LOYALITAS KONSUMEN CARREFOUR DI SURABAYA**

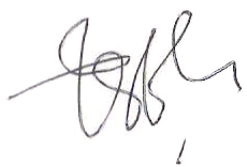
Oleh:

YANUAR IRSAN BANUNAEK

3103007223

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.SI

Tanggal: 25-02-2013

Pembimbing II,



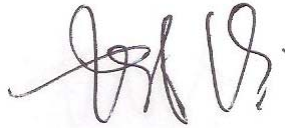
Robertus Sigit, SE., M.Sc

Tanggal: 20-02-2013

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Yanuar Irsan Banunaek NRP 3103007223. Telah diuji pada tanggal 08 Maret 2013 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji:

Ketua Tim Penguji

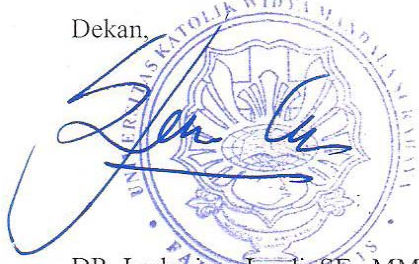


Elisabeth Supriharyanti, SE., M. SI

NIK : 311. 99. 0369

Mengetahui

Dekan,



DR. Lodovicus Lasdi, SE., MM.

NIK: 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Herlina Yoka Roida SE., M. Com.

NIK: 311.99.0362

**LEMBARAN PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Nama : Yanuar Irsan Banunaek

NRP : 3103007223

Judul : PENGARUH ATRIBUT SUPERMARKET TERHADAP MOTIF BELANJA HEDONIK DAN MOTIF BELANJA UTILITARIAN SERTA LOYALITAS KONSUMEN CARREFOUR DI SURABAYA.

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

Saya menyetujui pula karya tulis ini untuk dipublikasikan / ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan sebatas akademis sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

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

Surabaya, 26 Febuari 2013

Yang Menyatakan



(Yanuar Irsan Banunaek)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Herlina Yoka R.,SE.,M.Com selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Elisabeth Supriharyanti,SE.,M.SI selaku dosen pembimbing I jurusan manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Robertus Sigit Haribowo Lukito,SE.,M.Sc selaku dosen pembimbing II jurusan manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Segenap Dosen Fakultas Bisnis khususnya Dosen Konsentrasi Manajemen Ritel yang telah memberi ilmu pengetahuan, pendapat, dan petunjuk yang berarti kepada penulis dalam menyusun skripsi.

6. Kedua orang tua, saudara penulis yang telah mendukung dan memberikan motivasi dan semangat untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Semua teman yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan motivasi dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Semua pihak yang telah memberikan dukungan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati diharapkan saran dan kritik yang membangun guna perbaikan skripsi ini.

Surabaya, Februari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	viii
Daftar Lampiran	ix
Abstrak	x
<i>Abstract</i>	xi
BAB 1 Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB 2 Tinjauan Kepustakaan	7
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	9
2.3. Hubungan Antar Variabel	27
2.4. Model Penelitian	29
2.5. Hipotesis Penelitian	30
BAB 3 Metode Penelitian	32
3.1. Desain Penelitian	32
3.2. Identifikasi Variabel	32
3.3. Definisi Operasional Variabel	33
3.4. Jenis dan Sumber Data	34
3.5. Pengukuran Variabel.....	35

3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	35
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.8. Teknik Analisis Data	37
Bab 4 Analisis Dan Pembahasan	42
4.1. Deskripsi Data	42
4.2. Analisis Data	47
4.3. Pembahasan	63
Bab 5 Simpulan Dan Saran	68
5.1. Simpulan	67
5.2. Saran	68
Daftar Kepustakaan	
Lampiran	

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1. Perbedaan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini	9
3.1. Ukuran Kecocokan Mutlak	40
3.2. Ukuran Kecocokan Inkrimental	41
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku ..	43
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	44
4.5. Derajat Penilaian Setiap Variabel	44
4.6. Statistik Deskripsi Variabel Atribut Supermarket	45
4.7. Statistik Deskripsi Variabel Motif Belanja Hedonik	45
4.8. Statistik Deskripsi Variabel Motif Belanja Utilitarian	46
4.9. Statistik Deskripsi Variabel Loyalitas Konsumen	47
4.10. Uji Normalitas	48
4.11. Hasil Pengujian Validitas dengan nilai t statistik	50
4.12. Realibilitas Konstruk Atribuk Supermarket	51
4.13. Realibilitas Konstruk Motif Belanja Hedonik	52
4.14. Realibilitas Konstruk Motif Belanja Utilitarian	53
4.15. Realibilitas Konstruk Loyalitas Konsumen	53
4.16. <i>Goodness of Fit Index</i>	54
4.17. Uji Hipotesis	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1. Kerangka Kerja SOR dalam Lingkungan Fisik Toko	16
2.2. Model Penelitian	30
4.1. Hasil Analisis Jalur	57

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Hasil Pengisian Kuesioner
- Lampiran 3. Uji Deskriptif Statistik
- Lampiran 4. Uji Frekuensi
- Lampiran 5. Uji *Structural Equation Modeling* (SEM)

ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan memiliki tujuan untuk meninjau pengaruh pengaruh atribut supermarket terhadap motif belanja hedonik dan motif belanja utilitarian serta loyalitas konsumen. Objek penelitian adalah Carrefour di Surabaya. Sampel penelitian menggunakan 150 orang konsumen yang pernah berbelanja di Carrefour Surabaya. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Sedangkan, teknik analisis yang digunakan adalah menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program *Analysis of Moment Structure*. Hasil studi menunjukkan bahwa atribut supermarket berpengaruh terhadap motif belanja hedonik dan motif utilitarian serta loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Atribut, Motif Hedonik, Motif Utilitarian dan Loyalitas.

**THE EFFECT OF SUPERMARKET ATTRIBUTES TO THE
HEDONIC SHOPPING MOTIVES AND UTILITARIAN SHOPPING
MOTIVES AND THE CONSUMER LOYALTY CARREFOUR IN
SURABAYA**

ABSTRACT

This research aimed to review the effect of supermarket attributes to the hedonic shopping motives and utilitarian shopping motives and consumer loyalty. Object of this study is a Carrefour in Surabaya. The research sample is 150 people in Surabaya who ever shopping of Carrefour. The sampling technique used in this study is a non probability sampling. Meanwhile, the analysis technique is using Structural Equation Modeling (SEM) with Analysis of Moment Structure program. The study results showed that the positive effect attribute motives supermarket shopping hedonic and utilitarian motives and consumer loyalty.

Keyword : attributes, motive hedonic, motive utilitarian, and loyalty.