

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU BELANJA KONSUMEN PADA PRODUK
APPAREL DI TUNJUNGAN PLAZA
SURABAYA**

Skripsi S-1



**OLEH:
YOLANDA NATALINE
3103013255**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017**

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
BELANJA KONSUMEN PADA PRODUK
APPAREL DI TUNJUNGAN PLAZA
SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

YOLANDA NATALINE

3103013255

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU BELANJA KONSUMEN PADA PRODUK
APPAREL DI TUNJUNGAN PLAZA
SURABAYA**

**OLEH:
YOLANDA NATALINE
3103013255**

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Dosen Pembimbing I,



Dr. Diyah Tulipa, SE., MM.

Tanggal: 12/1/17

Dosen Pembimbing II,



Dra. Ec. Ani Suhartatik, MM.

Tanggal: 10/1/17

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Yolanda Nataline dengan NRP 3103013255. Telah diuji pada tanggal 24 Januari 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji :



Dr. Diyah Tulipa, SE., MM.
NIK. 311.02.0543

Mengetahui:

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si
NIK. 311.99.0369



Dr. Lodovikus Lasdi, MM., Ak.
NIK. 311.99.0370

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, sebagai Mahasiswa/i Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yolanda Nataline

NRP : 3103013255

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Belanja Konsumen Pada Produk *Apparel* Di Tunjungan Plaza Surabaya.

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

Surabaya, Januari 2017

Yang menyatakan,



Yolanda Nataline

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas berkat penyertaan, perlindungan dan kasih karunia-Nya, sehingga penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Belanja Konsumen Pada Produk *Apparel* Di Tunjungan Plaza Surabaya” dapat terselesaikan dengan sangat baik.

Keberhasilan yang dicapai penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, pengarahan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Unika Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Diah Tulipa, SE., MM. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengarahan yang sangat berguna, dan saran-saran yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Ec. Ani Suhartati, MM. selaku dosen pembimbing II yang juga telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengajaran dan pengarahan yang sangat membantu, ide dan saran-saran yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Keluarga tercinta yang sudah memberikan dukungan baik finansial maupun spiritual demi keberhasilan penulisan skripsi ini.
6. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis, baik selama perkuliahan maupun di luar jam perkuliahan.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah banyak memberikan bantuan dan dorongan semangat selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan, saran, dan kritik yang membangun. Penulis juga berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan menjadi sumbangan bagi ilmu pengetahuan. Penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Akhir kata, penulis hanya dapat memanjatkan doa agar Tuhan melimpahkan kasih dan membalas kebaikan Anda semua.

Surabaya, 13 Januari 2017

Penulis

Yolanda Nataline

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Peneltian	8
1.5. Sistematika Penulisan	9
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori	12
2.2.1. Perilaku Konsumen	12
2.2.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Belanja Konsumen	16

2.2.2.1. Faktor Eksternal	16
a. Strategi Perusahaan.....	16
1. <i>Window Display</i>	17
2. <i>Mannequin Display</i>	18
3. <i>Floor Merchandising</i>	19
4. <i>Promotional Signage</i>	20
b. Faktor Sosial.....	21
1. <i>Group Reference</i>	21
2. <i>Family Influence</i>	22
3. <i>Roles and Status</i>	22
2.2.2.2. Faktor Internal.....	23
a. Karakteristik Individu	23
1. Pekerjaan dan Situasi Ekonomi.....	23
2. <i>Life Style</i>	24
3. <i>Personality</i>	24
b. Faktor Psikologi.....	25
1. Motivasi	25
2. Persepsi	25
3. Pembelajaran.....	26
3. <i>Belief and Attitude</i>	26
2.3. Hubungan Antar Faktor	27
2.3.1. Hubungan Faktor Internal dan Perilaku	
Belanja Konsumen	27
2.3.2. Hubungan Faktor Eksternal dan Perilaku	
Belanja Konsumen	28
2.4. Kerangka Pemikiran	28
BAB 3. METODE PENELITIAN	30

3.1. Desain Penelitian	30
3.2. Identifikasi Variabel	30
3.3. Definisi Operasional Variabel	31
3.4. Jenis Data dan Sumber Data	38
3.5. Skala Pengukuran Variabel.....	38
3.6. Alat dan Cara Pengumpulan Data.....	39
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	39
3.8. Teknik Analisis Data	40
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	45
4.1. Diskriptif Karakteristik Responden	45
4.2. Statistik Diskriptif Variabel	48
4.3. Analisis Faktor.....	62
4.4. Pembahasan	70
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1. Simpulan.....	78
5.2. Saran	79
5.3. Keterbatasan	80
DAFTAR KEPUSTAKAAN	81
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin.....	2
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	11
Tabel 4.1. Diskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2. Diskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .	46
Tabel 4.3. Diskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4.4. Diskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4.5. Diskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan perbulan	47
Tabel 4.6. Kelompok Interval Penilaian	48
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Window Display</i>	49
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Mannequin Display</i>	50
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Floor Merchandising</i>	50
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel <i>Promotional Signage</i>	51
Tabel 4.11. Statistik Deskriptif Variabel <i>Group Reference</i>	52
Tabel 4.12. Statistik Deskriptif Variabel <i>Family Influence</i>	53
Tabel 4.13. Statistik Deskriptif Variabel <i>Roles and Status</i>	54
Tabel 4.14. Statistik Deskriptif Variabel Pekerjaan dan Situasi Ekonomi	55
Tabel 4.15. Statistik Deskriptif Variabel <i>Life Style</i>	56
Tabel 4.16. Statistik Deskriptif Variabel <i>Personality</i>	57

Tabel 4.17. Statistik Deskriptif Variabel Motivasi	58
Tabel 4.18. Statistik Deskriptif Variabel Persepsi	59
Tabel 4.19. Statistik Deskriptif Variabel Pembelajaran.....	60
Tabel 4.20. Statistik Deskriptif Variabel <i>Belief and Attitude</i>	61
Tabel 4.21. Statistik Deskriptif Variabel Perilaku Konsumen	62
Tabel 4.22. KMO and Barlett's Test.....	63
Tabel 4.23. MSA (<i>Measures of Sampling Adequacy</i>).....	64
Tabel 4.24. <i>Total Variance Explained</i>	65
Tabel 4.25. <i>Rotated Component Matrix</i>	66
Tabel 4.26. Resume Nilai <i>Factor Loading</i> Tiap Faktor	67
Tabel 4.27. Interpretasi <i>Common Factor</i>	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.4. Kerangka Pemikiran Perilaku belanja Konsumen.....	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Karakteristik Responden dan Data Kuesioner

Lampiran 3. Statistik Deskriptif Karakteristik Responden

Lampiran 4. Statistik Deskriptif Variabel

Lampiran 5. Analisis Faktor

ABSTRAK

Saat ini pakaian atau dunia *fashion (Apparel)* sangat dekat dengan kehidupan masyarakat, dimana penampilan merupakan hal yang dianggap penting bagi masyarakat terutama bagi para generasi Y, karena penampilan dianggap sebagai suatu gambaran dari identitas diri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku belanja konsumen pada produk *Apparel* di Tunjungan Plaza Surabaya. Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini adalah *Window Display, Mannequin Display, Floor Merchandising, Promotional Signage, Group Reference, Family Influence, Roles and Status, Pekerjaan dan Situasi Ekonomi, Life Style, Personality, Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, serta Belief and Attitude*.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi analisis dengan pendekatan asosiatif kuantitatif, serta pengambilan data melalui proses penyebaran kuesioner dengan 100 responden. Objek penelitian ini adalah konsumen produk *Apparel* di Tunjungan Plaza Surabaya, dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis Faktor Eksploratori digunakan dalam menganalisis data. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa terdapat 3 (tiga) faktor baru berdasarkan nilai eigen lebih dari 1 yaitu Faktor *Experience*, Faktor Stimulus, dan Faktor Situasional. Faktor *Experience* terdiri atas variabel *Mannequin Display, Floor Merchandising, Group Reference, Family Influence, Roles and Status, Life Style*. Faktor Stimulus terdiri atas variabel *Promotional Signage, Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Belief and Attitude*. Faktor Situasional terdiri dari variabel *Window Display, Personality, Pekerjaan dan Situasi Ekonomi*.

Kata Kunci: *Apparel, Perilaku Belanja Konsumen, Floor Merchandising*

ABSTRACT

Currently the clothing or fashion (Apparel) is very close to people's lives, in which appearances are considered important for society, especially for the generation Y, because the appearance is considered as a description of the identity. This study aimed to analyze the factors that influence consumer shopping behavior towards products Apparel in Tunjungan Plaza Surabaya. The variables analyzed in this research is Window Display, Mannequin Display, Floor Merchandising, Promotional Signage, Group Reference, Family Influence, Roles and Status, Employment and Economic Situation, Life Style, Personality, motivation, perception, learning, and Belief and Attitude.

This research use type of research study with associative approach quantitative analysis, and data collection through the process of questionnaires with 100 respondents. The object of this research is consumer products Apparel in Tunjungan Plaza Surabaya, using purposive sampling method. Exploratory factor analysis is used to analyze the data. From the research that has been done shows that there are three (3) new factor based on the eigenvalues over 1 are Experience Factor, Stimulus Factor, and Situational factor. Experience factor consists of variable Mannequin Display, Floor Merchandising, Reference Group, Family Influence, Roles and Status, Life Style. Stimulus factor consists of variable Promotional Signage, motivation, perception, learning, Belief and Attitude. Situational factors consist of variable Window Display, Personality, Employment and Economic Situation.

Keywords: Apparel, Consumer Shopping Behavior, Floor Merchandising