

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF MELALUI EMOSI POSITIF PELANGGAN VANS STORE SURABAYA**



Oleh :

**ELDORA MAULIDYA PUSPITA
NPM : 12.1.02.05408**

Program Studi :Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2016**

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF MELALUI EMOSI POSITIF PELANGGAN VANS STORE SURABAYA**



Oleh :

**ELDORA MAULIDYA PUSPITA
NPM : 12.1.02.05408**

Program Studi :Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2016**

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF MELALUI EMOSI POSITIF PELANGGAN VANS STORE SURABAYA**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**



Oleh :

**ELDORA MAULIDYA PUSPITA
NPM : 12.1.02.05408**

Program Studi : Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2016**

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP
PEMBELIAN IMPULSIF MELALUI EMOSI POSITIF
PELANGGAN VANS STORE SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**ELDORA MAULIDYA PUSPITA
NPM: 12.1.02.05408**

**Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji
Pada Tanggal 19 Maret 2016**

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Suhermin, S.E., M.M.

Anggota : 1. Drs. Ec. Sugiyono, M.M.

2. Dr. Anindhya Budiarti, S.E., M.M.

Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima

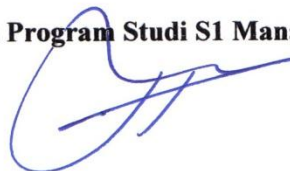
Oleh:

Dosen Pembimbing



Dr. Anindhya Budiarti, S.E., M.M.

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dra. Tri Yuniati, M.M.

Ketua STIESIA



Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : ELDORA MAULIDYA PUSPITA

N.P.M : 12.1.02.05408

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF MELALUI EMOSI POSITIF PELANGGAN VANS STORE SURABAYA

Dan diajukan untuk diuji pada tanggal 19 Maret 2016, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah – olah tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya nyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah – olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 19 Maret 2016

Yang membuat pernyataan,


Eldora Maulidya Puspita

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : ELDORA MAULIDYA PUSPITA
NPM : 12.1.02.05408
Tempat, Tanggal Lahir : Malang, 22 Agustus 1994
Agama : Islam
Jumlah Saudara/ Anak Ke : 3 Bersaudara / 1 (Satu)
Alamat / Telpon : Jl. Kupang Krajan v / 37a Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

NAMA : EKO MULYONO, SH
Alamat Rumah / Telpon : Jl. Kupang Krajan v / 37a Surabaya
Alamat Kantor / Telpon : Jl. Panglima Sudirman No. 24 – 30 Surabaya
Pekerjan / Jabatan : Marketing Otomotif

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SDN Banyu Urip 1 Surabaya tahun 2006
2. Tamat SMP Praja Mukti Surabaya tahun 2009
3. Tamat SMKN 8 Surabaya tahun 2012

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I – VII	2012 - 2016	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat / Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya
Oleh

Eldora Maulidya Puspita

DAFTAR ISI

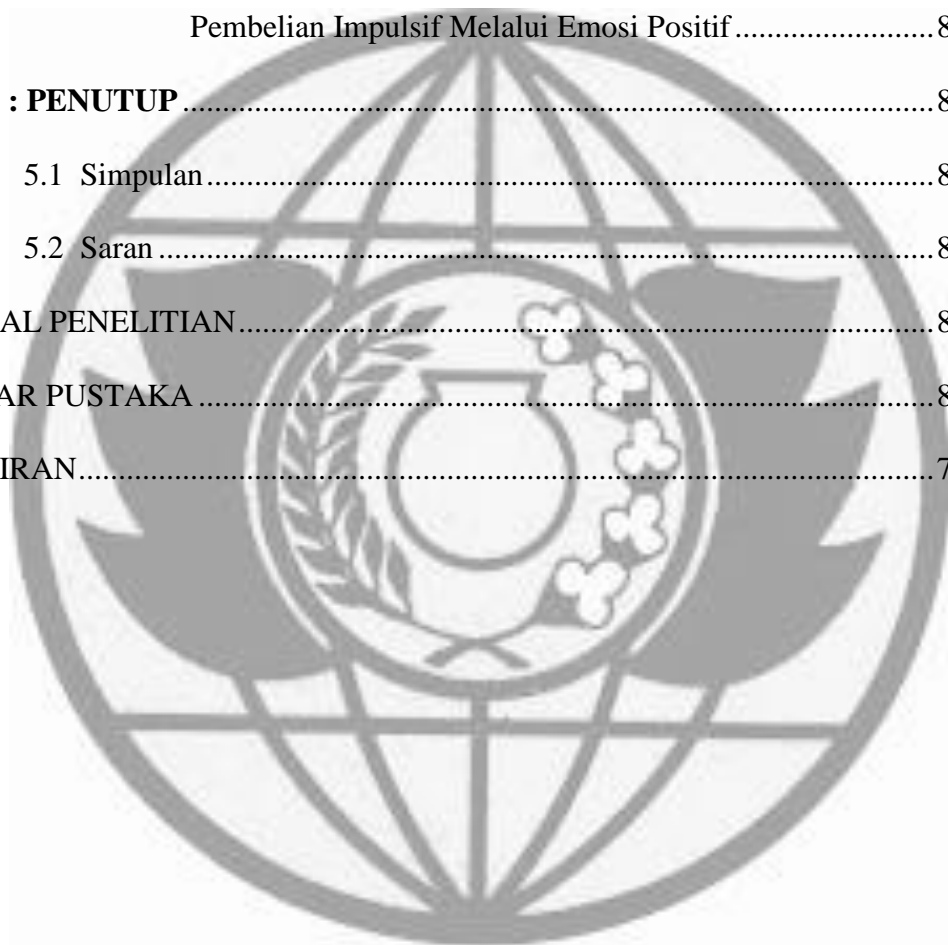
HALAMAN SAMPUL SKRIPSI.....	i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	ii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB 1 : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
BAB 2: TINJAUAN TEORETIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	8
2.1 Tinjauan Teoretis.....	8
2.1.1 Perilaku Konsumen	8
1. Pengertian Perilaku Konsumen	8
2. Model Perilaku Konsumen.....	8
3. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ..	9
4. Tahap – tahap dalam Proses Keputusan Pembelian	10

5. Tipe – tipe Keputusan Pembelian	12
6. Motivasi Belanja Konsumen	14
7. Keterlibatan Konsumen.....	16
2.1.2 Konsep Motivasi Belanja Hedonis.....	17
2.1.3 Konsep Pembelian Impulsif	19
1. Pengertian Pembelian Impulsif	19
2. Karakteristik Pembelian Impulsif	21
2.1.4 Konsep Emosi Positif.....	22
2.1.5 Hubungan Motivasi Belanja Hedonis , Pembelian Impulsif dan Emosi Positif	25
2.1.6 Penelitian Terdahulu	26
2.2 Rerangka Pemikiran	30
2.2.1 Model Konseptual.....	31
2.3 Perumusan Hipotesis	31
BAB 3 : METODA PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian	32
3.1.1 Jenis Penelitian.....	32
3.1.2 Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian.....	32
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	34
3.4.1 Variabel	34
3.4.2 Definisi Operational Variabel	34
3.5 Teknik Analisis Data	38
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	39

3.5.2 Uji Asumsi Klasik	40
1. Uji Normalitas	40
2. Uji Multikolinieritas	41
3. Uji Heteroskedastitas	41
3.5.3 Uji Kelayakan Model (Uji F)	42
3.5.4 Pengujian Hipotesis.....	42
1. Metode Analisis Jalur.....	42
a. Analisis Model 1	43
b. Analisis Model 2	43
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	45
3. Uji Hipotesis (Uji t).....	46
BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Penelitian.....	47
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	47
1. Profil Perusahaan	47
2. Visi dan Misi	49
4.1.2 Gambaran Umum Subyek Penelitian	51
1. Karakteristik Responden Berkaitan dengan Jenis Kelamin	51
2. Karakteristik Responden Berkaitan dengan Usia.....	52
3. Karakteristik Responden Berkaitan dengan Pekerjaan	53
4.1.3 Tanggapan Responden	54
1. Analisis Tnggapan Responden Berkaitan dengan Motivasi Belanja Hedonis	54
2. Analisis Tnggapan Responden Berkaitan dengan Emosi Positif	58

3. Analisis Tnggapan Responden Berkaitan dengan Pembelian Impulsif	60
4.1.4 Analisa Data	63
1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	63
a. Uji Validitas	63
b. Uji Reliabilitas	65
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	66
1. Uji Normalitas	67
2. Multikolinieritas	72
3. Heteroskedastitas	73
4.1.6 Uji Kelayakan Model	75
4.1.7 Analisis Jalur	77
a. Analisis Regresi Model 1	78
b. Analisis Regresi Model 2	78
1. Koefisien Determinasi	79
4.1.8 Uji Hipotesis Penelitian	80
1. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Emosi Positif	81
2. Pengaruh Emosi Positif terhadap Pembelian Impulsif	81
3. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif	82
4. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif Melalui Emosi Positif	82
4.2 Pembahasan	83

1. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Emosi Positif.....	83
2. Pengaruh Emosi Positif terhadap Pembelian Impulsif.....	84
3. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif.....	84
4. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif Melalui Emosi Positif.....	84
BAB 5 : PENUTUP	86
5.1 Simpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
JADWAL PENELITIAN.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	74



DAFTAR TABEL

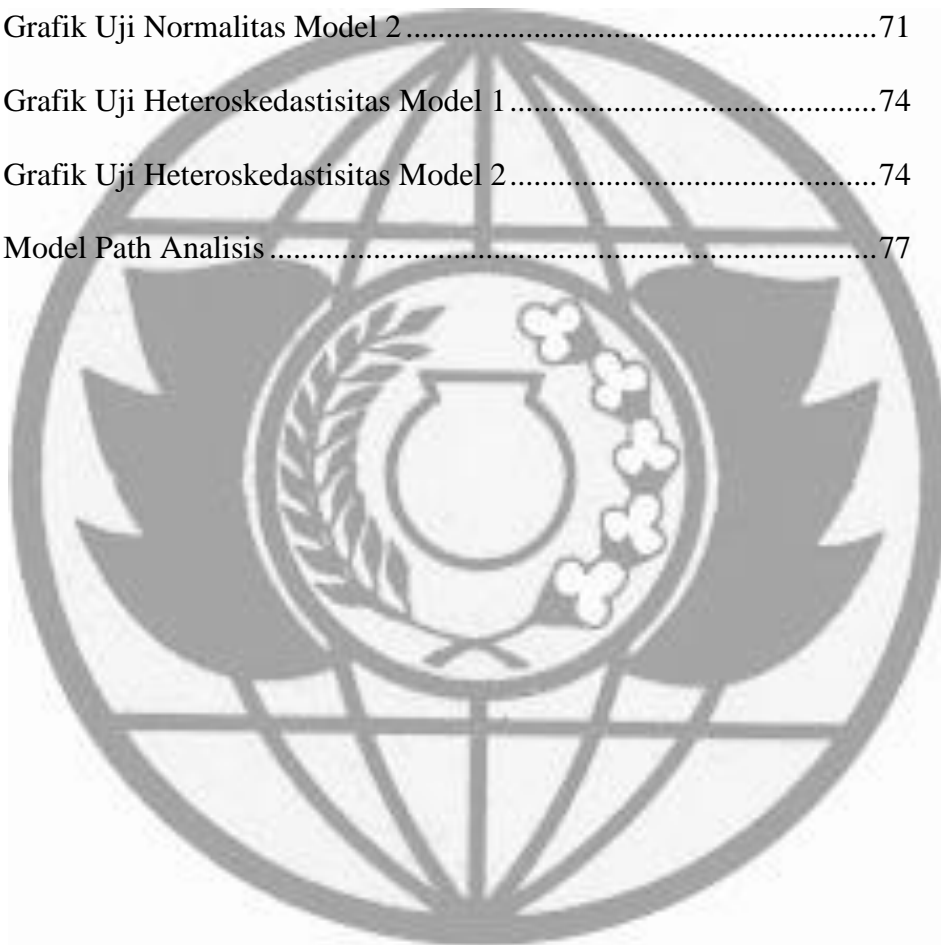
Tabel	Halaman
1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	26
2 Kelas Interval.....	37
3 Intrumen Penelitian	38
4 Produk <i>Vans</i>	50
5 Karakteristik Menurut Jenis Kelamin Responden.....	52
6 Karakteristik Menurut Usia Responden	52
7 Karakteristik Menurut Pekerjaan Responden.....	53
8 Tanggapan Responden Berkaitan Motivasi Belanja Hedonis	55
9 Tanggapan Responden Berkaitan Emosi Positif	58
10 Tanggapan Responden Berkaitan Pembelian Impulsif.....	60
11 Hasil Uji Validitas	64
12 Hasil Uji Reliabilitas Motivasi Belanja Hedonis.....	65
13 Hasil Uji Reliabilitas Emosi Positif.....	65
14 Hasil Uji Reliabilitas Pembelian Impulsif.....	66
15 Hasil Uji Reliabilitas	66
16 Hasil Uji Normalitas Model 1	68
17 Hasil Uji Normalitas Model 2	69
18 Hasil Uji Multikolinieritas.....	72
19 Hasil Uji Kelayakan Model 1	76
20 Hasil Uji Kelayakan Model 2	76
21 Koefisien Determinasi Model 1.....	79
22 Koefisien Determinasi Model 2.....	80

23	Analisis Regresi Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif.....	81
24	Analisis Regresi Pengaruh Emosi Positif Terhadap Pembelian Impulsif.....	81
25	Analisis Regresi Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Emosi Positif	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1 Rerangka Pemikiran	30
2 Model Konseptual	31
3 Model Analisi Jalur	44
4 Grafik Uji Normalitas Model 1	70
5 Grafik Uji Normalitas Model 2	71
6 Grafik Uji Heteroskedastisitas Model 1	74
7 Grafik Uji Heteroskedastisitas Model 2	74
8 Model Path Analisis	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- 1 Kuesioner
- 2 Tabulasi Hasil Kuesioner
- 3 Data Frekuensi
- 4 Uji Validitas dan Reabilitas
- 5 Hasil Regresi
- 6 NPar Tests
- 7 Surat Pengantar ke Dosen Pembimbing
- 8 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
- 9 Surat Ijin Riset dari STIESIA
- 10 Surat Keterangan Selesai Riset
- 11 Sertifikat Seminar Hasil Penelitian

