

**PENGARUH ATRIBUT SUPERMARKET TERHADAP
MOTIF BELANJA HEDONIK, MOTIF BELANJA UTILITARIAN
DAN LOYALITAS KONSUMEN**

(STUDI PADA KONSUMEN CARREFOUR YOGYAKARTA)

***THE INFLUENCE OF AN ATTRIBUTE OF SUPERMARKETS TO
HEDONIC SHOPPING MOTIVES, UTILITARIAN SHOPPING MOTIVES
AND CONSUMERS LOYALTY***

(STUDY ON CONSUMERS CARREFOUR YOGYAKARTA)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

**RECHY ARDANEAGUSTRA
20110410046**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2015**

**PENGARUH ATRIBUT SUPERMARKET TERHADAP
MOTIF BELANJA HEDONIK, MOTIF BELANJA UTILITARIAN
DAN LOYALITAS KONSUMEN**

(STUDI PADA KONSUMEN CARREFOUR YOGYAKARTA)

***THE INFLUENCE OF AN ATTRIBUTE OF SUPERMARKETS TO
HEDONIC SHOPPING MOTIVES, UTILITARIAN SHOPPING MOTIVES
AND CONSUMERS LOYALTY***

(STUDY ON CONSUMERS CARREFOUR YOGYAKARTA)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

**RECHY ARDANEAGUSTRA
20110410046**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2015**

**PENGARUH ATRIBUT SUPERMARKET TERHADAP
MOTIF BELANJA HEDONIK, MOTIF BELANJA UTILITARIAN
DAN LOYALITAS KONSUMEN**

(STUDI PADA KONSUMEN CARREFOUR YOGYAKARTA)

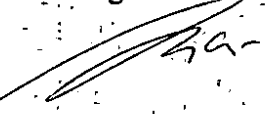
***THE INFLUENCE OF AN ATTRIBUTE OF SUPERMARKETS TO
HEDONIC SHOPPING MOTIVES, UTILITARIAN SHOPPING MOTIVES
AND CONSUMERS LOYALTY***

(STUDY ON CONSUMERS CARREFOUR YOGYAKARTA)

Diajukan oleh
RECHY ARDANEAGUSTRA
20110410046

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

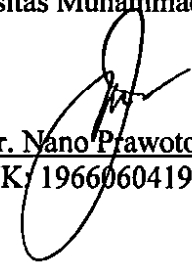
Tanggal 24 Agustus 2015
Yang terdiri dari


Dr. Siti Dyah Handayani, SE., M.M
Ketua Tim Penguji


Misbahul Anwar, SE., M.Si
Anggota Tim Penguji


Hasnah Riniyati, SE., M.Si
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Dr. Nano Prawoto, SE., M.Si.
NIK: 19660604199202143016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Rechy Ardaneagustra

Nomor mahasiswa : 20110410046

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH ATRIBUT SUPERMARKET TERHADAP MOTIF BELANJA HEDONIK, MOTIF BELANJA UTILITARIAN DAN LOYALITAS KONSUMEN (STUDI PADA KONSUMEN CARREFOUR YOGYAKARTA)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia bahwa karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 24 Agustus 2015

RECHY ARDANEAGUSTRA

Gunaka sisa hidup mu untuk hal-hal yang bermanfaat bagi orang lain.

Kesuksesan yang anda rasakan saat ini, adalah hasil kerja keras anda pada saat dahulu.

OST.Friend the great legacy

Jika anda tidak berusaha sekarang, hasilnya cukup simple. Pada akhirnya anda yang akan menderita.

MOTTO

MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa Syukur Alhamdulillah kepada Tuhan Yang Maha Esa karya sederhana ini kupersembahkan untuk:

*Sepercik keberhasilan yang Engkau hadiahkan padaku
Tak henti-hentinya aku mengucapkan syukur alhamdulillah pada Mu
Serta shalawat dan salam kepada idola ku Rasulullah SAW
Semoga sebuah karya sederhana ini menjadi amal shaleh bagiku dan
menjadi kebanggaan bagi keluargaku tercinta*

*Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat ku cintai dan kusayangi,
Ibunda dan ayahhanda tercinta*

*kupersembahkan karya sederhana ini kepada kedua orang tuaku, ibundaku (Neny Andriani)
dan ayahhandaiku (H. Arsyad) yang telah merawat dan membesarkanku sampai sebesar ini
tanpa mengenal kata lelah untuk membimbingku di jalan yang benar, terimakasih atas kasih
sayangnya, terimakasih atas doa-doanya selama ini, terimakasih atas supportnya selama ini
yang tidak akan pernah bisa ku balas semua perbuatanmu. Semoga ini menjadi awal untuk
membuatmu bahagia dan bangga kepada anak pertamamu ini wahai ibunda dan
ayahhandaiku.*

Adik-adikku

*Kupersembahkan karya sederhana ini kepada ketiga adikku (Ramadona Ardaneputri), (Dimas
Vergatama Ardaneagustra) dan (Razel Fajarino Ardaneputra), yang telah membuatku
merasakan warna warni kehidupan ketika berkumpul bersama kalian, Semoga ini bisa
membuat kalian bangga dengan mascici kalian. Untuk ketiga adikku semoga kalian semua
bisa menggapai cita-cita yang kalian inginkan, menjadi orang sukses dikemudian hari dan
membuat bangga papa, mama dan mascici kalian.*

Nenekku

*Kupersembahkan karya sederhana ini kepada nenekku tersayang semoga ini bisa membuat mu
bahagia dan bangga memiliki cucu sepertiku.*

*Terakhir, kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang spesial buat ku (Hanne
Komalaningrum) yang telah menemaniku selama 4 tahun ini di jogjakarta, terima kasih atas
kasih sayang, perhatian, semangat dan support yang telah kau berikan selama ini sehingga aku
bisa menyelesaikan karya ilmiah ini.*

*Akhir kata, semoga skripsi ini membawa kebermanfaatn. Jika hidup bisa kuceritakan di atas
kertas, entah berapa banyak yang dibutuhkan hanya untuk kuucapkan Terima kasih... :)*

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi **Pengaruh Atribut Supermarket Terhadap Motif Belanja Hedonik, Motif Belanja Utilitarian Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Carrefour Yogyakarta)**. Informasi yang didapat dalam penelitian ini sangat penting bagi Carrefour agar lebih meningkatkan kualitas atribut supermarket perusahaannya. Subjek penelitian adalah konsumen Carrefour yang sedang berbelanja di Carrefour Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probabilitas sampling* dengan metode *convenience sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei melalui penelitian secara langsung kepada responden dengan penyebaran kuesioner sebanyak 137 responden. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut supermarket berpengaruh positif dan signifikan terhadap motif belanja hedonik, atribut supermarket berpengaruh positif dan signifikan terhadap motif belanja utilitarian, atribut supermarket berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, motif belanja hedonik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, motif belanja utilitarian berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Atribut Supermarket, Motif Belanja Hedonik, Motif Belanja Utilitarian dan Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

This research aimed at identifying the influence of an attribute of supermarkets to hedonic shopping motive, utilitarian shopping motive, and loyalty consumers (study on consumers carrefour yogyakarta). The information in this research very important for carrefour to make it more improve the quality of an attribute supermarkets at his company. The subject of study is consumers carrefour who were shopping at carrefour yogyakarta. The sample collection technique uses the technique non probability sampling with the methods of convenience sampling. Data collection method using a method of surveying through research directly to respondents to the spread of the questionnaire 137 respondents. Data analyzed using Structural Equation Modeling (SEM).

The results of research shows that attributes positive and significant influence on supermarket hedonic shopping motive, the attribute of positive and significant influence on supermarket utilitarian shopping motive, the attribute of supermarkets influential positive and significant impact on consumer loyalty, hedonic shopping motive significant positive influence on consumer loyalty, utilitarian shopping motive significant positive influence on consumer loyalty

Keywords: attributes supermarkets, hedonic shopping motive, utilitarian shopping motive and consumers loyalty.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, rahmat dan karunia-Nya. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **Pengaruh Atribut Supermarket Terhadap Motif Belanja Hedonik, Motif Belanja Utilitarian dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Carrefour Yogyakarta)**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Nano Prawoto, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dra. Retno Widowati Purnama Asri, M.Si. Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, SE, M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan, bimbingan serta nasehat selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Bapak dan Ibu Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu kritik, saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan kedepannya.

Yogyakarta, 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Perilaku Konsumen.....	8
2. Atribut Supermarket	8
3. Motif Belanja Hedonik	10

4. Motif Belanja Utilitarian.....	14
5. Loyalitas Konsumen	15
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	16
C. Hipotesis	18
D. Model Penelitian	22
BAB III. METODE PENELITIAN	24
A. Obyek dan Subyek Penelitian	24
B. Jenis Data.....	24
C. Teknik Pengambilan Sampel	24
D. Teknik Pengumpulan Data.....	25
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	26
F. Uji Kualitas Instrumen Penelitian.....	28
1. Uji Validitas.....	28
2. Uji Realibilitas	29
G. Alat Analisis Data.....	29
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian	39
B. Karakteristik Responden.....	40
C. Deskripsi Variabel Penelitian	42
D. Uji Kualitas Instrumen Penelitian.....	46
1. Uji Validitas	46
2. Uji Realibilitas	49
E. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	50

1. Langkah 1. Pengembangan Model Berdasarkan Teori.....	50
2. Langkah 2. Menyusun Diagram Alur (<i>Path Diagram</i>).....	50
3. Langkah 3. Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan Struktural	51
4. Langkah 4. Input Matriks dan Estimasi Model.....	51
a. Ukuran Besar Sampel	51
b. Uji Outlier	51
c. Distribusi Normal Secara Multivariat.....	52
d. Model Hipotesis.....	54
5. Langkah 5. Identifikasi Model Struktural.....	56
6. Langkah 6. Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	60
7. Langkah 7. Interpretasi dan Modifikasi Model	61
F. Pembahasan	63
BAB V. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....	68
A. Simpulan.....	68
B. Keterbatasan.....	70
C. Saran	70
.....	

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

4.1 Karakteristik Responden.....	40
4.2 Derajat Setiap Penilaian Variabel	43
4.3 Penilaian Responden Terhadap Variabel Atribut Supermarket.....	43
4.4 Penilaian Responden Terhadap Variabel Motif Belanja Hedonik.....	44
4.5 Penilaian Responden Terhadap Variabel Motif Belanja Utilitarian	45
4.6 Penilaian Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen.....	46
4.7 Uji Validitas Terhadap Variabel Atribut Supermarket	47
4.8 Uji Validitas Terhadap Variabel Motif Belanja Hedonik.....	48
4.9 Uji Validitas Terhadap Variabel Motif Belanja Utilitarian	48
4.10 Uji Validitas Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen.....	49
4.11 Uji Realibilitas	49
4.12 Pegujian Outlier	51
4.13 Pengujian Normalitas.....	52
4.14 Hubungan Antar Variabel	55
4.15 Notes For Model	56
4.16 Hubungan Antar Indikator Dengan Variabel.....	58
4.17 Hasil Goodness Of Fit.....	60
4.18 Modification Indices	61
4.19 Output Modifikasi.....	62

DAFTAR GAMBAR

3.1 Model Penelitian.....	23
4.1 Model Penelitian.....	54