

**MOTIVASI BERBELANJA DI MALL
(STUDI EKSPLORATIF PADA KONSUMEN YOGYAKARTA)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Nama : Melita

NPM 06 03 16297

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2010

MOTIVASI BERBELANJA DI MALL
(STUDI EKSPLORATIF PADA KONSUMEN YOGYAKARTA)



Disusun Oleh :

MELITA

NPM : 06 03 16297

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read "D. Koeshartono", is written over a horizontal line.

Drs.D.Koeshartono, MM

Tanggal 14 Juli 2010

SKRIPSI

MOTIVASI BERBELANJA DI MALL
(STUDI EKSPLORATIF PADA KONSUMEN YOGYAKARTA)

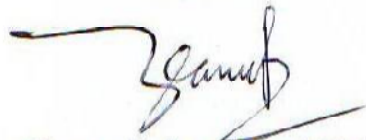
Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

MELITA
NPM : 06 03 16297

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 13 Agustus 2010
Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua



Dr. Slamet S. Sarwono, MBA.

Anggota



Drs. D. Koeshartono, MM.



Fandy Tjiptono, SE., M.Com.

Yogyakarta, 13 Agustus 2010
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta




Dr. Dorothea Wahyu Ariani, MT.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

MOTIVASI BERBELANJA DI MALL

(STUDI EKSPLORATIF PADA KONSUMEN DI YOGYAKARTA)

benar benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun secara tidak langsung yang bersumber dari tulisan maupun ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan kaki / daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Juli 2010

Yang menyatakan



Melita

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat serta penyertaanNya selama ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkenan membantu dalam penelitian ini. Karena atas bantuannya baik berupa ide, gagasan, materi maupun bantuan berupa semangat mampu mendorong penulis untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik, oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih pada pihak pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yaitu kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus buat kasih dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Drs.D.Koeshartono,MM selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan terutama memberikan dorongan maupun nasihat yang berguna dalam menyusun skripsi ini dari awal hingga akhir.
3. Bapak Drs.J.Sudarsono,MM yang telah membantu memberikan saran dalam pemilihan jurnal pemasaran.
4. Bapak Dr.Slamet S.Sarwono, MBA dan Bapak Fandy Tjiptono,SE.,Mcomm selaku dosen penguji.

5. Ibu Wiwik Sunarni, Ibu Diah, sebagai koordinasi lapangan dan dosen pembimbing lapangan untuk divisi kuliner KKN Tematik Kewirausahaan Pantai Depok tahun 2010 yang membantu secara tidak langsung sehingga penulis dapat menjalankan KKN dan skripsi dengan baik.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atmajaya Yogyakarta khususnya dosen dosen manajemen yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan yang berguna bagi penulis sejak mulai kuliah hingga lulus.
7. Semua staf staf maupun karyawan Tata Usaha Universitas Atma Jaya yang telah mengurus segala keperluan untuk skripsi ini.
8. Papi dan Mami tercinta yang telah banyak memberikan dorongan dalam pembuatan skripsi ini.
9. Buat keluargaku, Felicia, Chandra dan Adrian yang telah banyak memberikanku dorongan dan masukan.
10. Buat ADPL KKN Tematik Kewirausahaan Pantai Depok 2010 Sylvia, Mbak Ocha, Mas Yudha dan Mas Wisnu yang sudah membantu dalam menjalankan KKN tematik sehingga penulis tidak merasa kerepotan menjalankan KKN dan Skripsi.
11. Buat Yohanes, Mr S terima kasih untuk doa, kesabaran dan bantuannya selama ini.
12. Untuk teman teman bimbingan skripsiku Venny, Lora dan Cita terima kasih ya atas bantuan dan dorongan kalian atas pembuatan skripsi ini. Kenangan antri skripsi bersama akan kuingat selalu.

13. Buat teman teman ku Sandy Sanjaya, Grace, Teguh, Slamet dan Stefanus Denny yang telah memberikan dukungan dan doanya
14. Buat sahabatku, Intan, Chiby, Febe dan Ivon yang telah memberikan dukungan dan doanya kepada penulis.
15. Buat teman sekelompokku dalam KKN Tematik Kewirausahaan Pantai Depok 2010, Shinta dan Hans yang telah rela kutinggal untuk bimbingan skripsi saat melakukan kerja kelompok KKN.
16. Buat teman teman KKN Tematik Kewirausahaan Pantai Depok 2010 yang lain, Aryo, Titin, Banu, Oscar, David, Billy dan Antony , Terima kasih telah membuat KKN-ku sangat berkesan dan menyenangkan. Semangat ya.. Kudoakan semoga skripsi kalian lancar dan sukses.
17. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, teman teman kos TB 11 no 18 dll

Akhir kata, Penulis dengan segala kerendahan hati menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, semua kritik dan saran sangat diharapkan untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi yang jauh dari sempurna ini dapat bermanfaat bagi semua orang.

Yogyakarta, Juli 2010

Penulis

Melita

MOTTO

“ Bila engkau tidak bisa menjadi pohon cemara dibukit,
Jadilah belukar yang indah di tepi parit....
Bila engkau tidak bisa menjadi belukar,
Jadilah rumput yang membuat jalan jalan semarak.....
Bila engkau tidak bisa menjadi gurami,
Jadilah teri yang terindah di tambak.....
Bila engkau tidak bisa menjadi komandan,
Jadilah prajurit yang tangguh.....
Bukan kebesaran yang menentukan menang atau kalah,
Yang penting jadilah wajar, apa adamu, dan menjadi dewasa....”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini dipersembahkan untuk :

My Savior, my Lord

Jesus Christ

My family

My friend

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN MOTTO.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
INTISARI.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA dan HIPOTESIS PENELITIAN	
A. Perilaku Konsumen.....	12
1. Definisi Perilaku Konsumen.....	12

2. Perilaku Pembelian Konsumen.....	13
B. Orientasi Belanja Individu.....	14
C. Motivasi.....	16
1. Definisi Motivasi.....	16
2. Model Proses Motivasi.....	17
3. Teori Motivasi.....	18
4. Aplikasi Teori Motivasi Dalam Konteks Pemasaran.....	21
D. Motivasi Berbelanja ke Mall.....	24
E. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	30
F. Kerangka Kerja Penelitian.....	31
G. Hipotesis Penelitian.....	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian.....	33
B. Metode Sampling.....	33
1. Populasi.....	33
2. Sampel.....	34
3. Metode Pengambilan Sampel.....	34
C. Metode Pengumpulan Data.....	35
D. Metode Pengukuran Data.....	35
E. Definisi Operasional.....	36
F. Metode Pengujian Instrumen Penelitian.....	37
1. Pengujian Validitas.....	38
2. Pengujian Reliabilitas.....	39

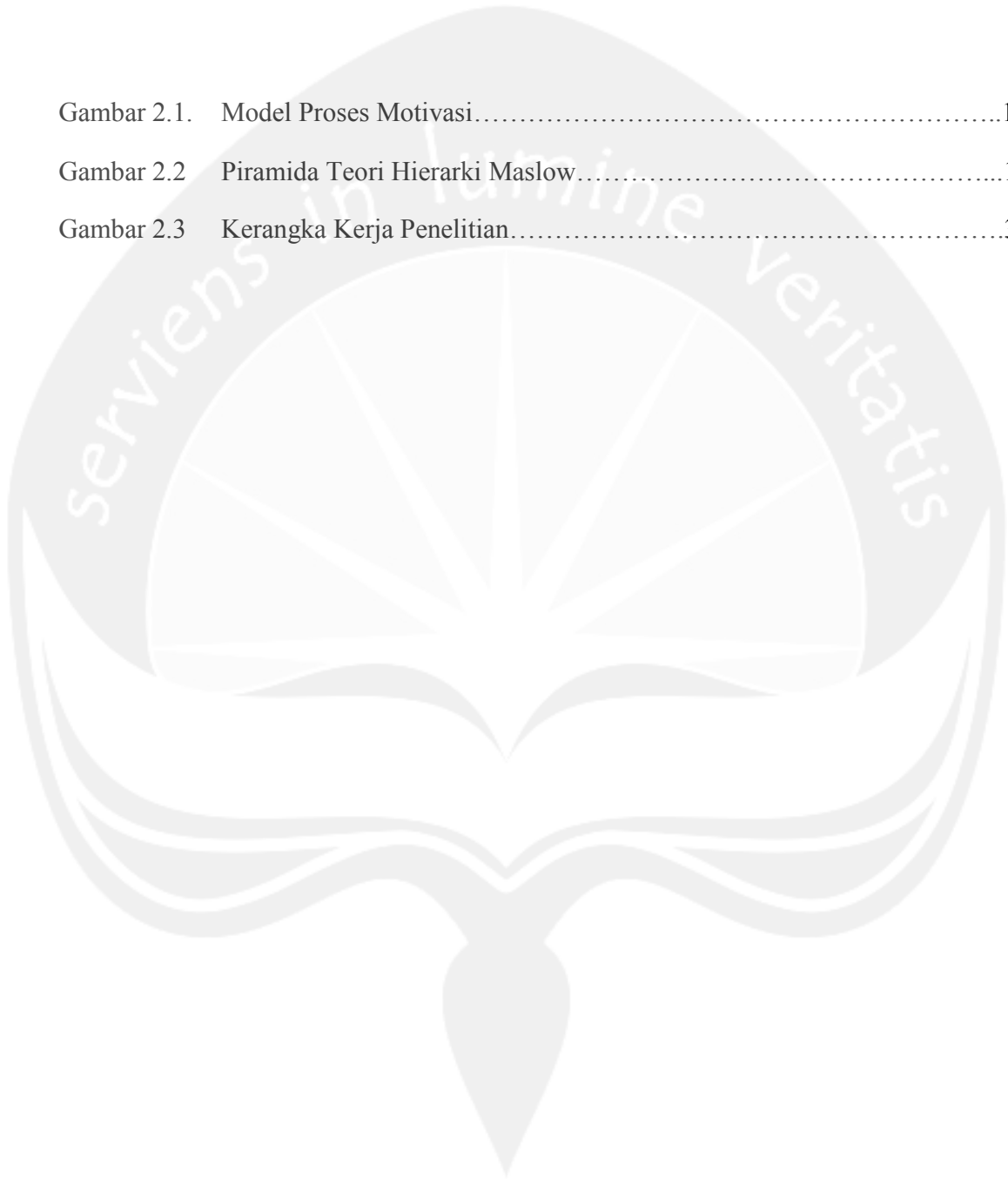
BAB IV ANALISIS DATA

A. Penjelasan Penelitian.....	46
B. Pengujian instrumen.....	47
1. Analisis Validitas.....	47

2. Analisis Reliabilitas.....	50
C. Analisis Karakteristik Responden.....	51
D. Analisis Motivasi Berbelanja Konsumen.....	53
E. Analisis perbedaan motivasi berbelanja konsumen ditinjau dari perbedaan karakteristik responden	
1. Analisis perbedaan motivasi berbelanja konsumen ditinjau dari perbedaan jenis kelamin.....	57
2. Analisis perbedaan motivasi berbelanja konsumen ditinjau dari perbedaan usia.....	62
3. Analisis perbedaan motivasi berbelanja konsumen ditinjau dari perbedaan status pernikahan.....	67
4. Analisis perbedaan motivasi berbelanja konsumen ditinjau dari perbedaan uang saku/pendapatan.....	72
5. Perbandingan dengan penelitian terdahulu.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Model Proses Motivasi.....	17
Gambar 2.2	Piramida Teori Hierarki Maslow.....	19
Gambar 2.3	Kerangka Kerja Penelitian.....	31



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	37
Tabel 4.1	Uji Validitas.....	47
Tabel 4.2	Uji Validitas variabel <i>aesthetic dimension</i> dan <i>escape dimension</i>	48
Tabel 4.3	Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.4	Karakteristik demografi responden.....	51
Tabel 4.5	Motivasi Konsumen dalam berbelanja ke mall.....	52
Tabel 4.6	Perbedaan motivasi berbelanja ke mall konsumen ditinjau dari perbedaan jenis kelamin.....	57
Tabel 4.7	Perbedaan motivasi berbelanja ke mall konsumen ditinjau dari perbedaan usia.....	62
Tabel 4.8	Perbedaan motivasi berbelanja ke mall konsumen ditinjau dari perbedaan status pernikahan.....	67
Tabel 4.9	Perbedaan motivasi berbelanja ke mall konsumen ditinjau dari perbedaan uang saku/ penghasilan.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1. PERTANYAAN KUESIONER**
- LAMPIRAN 2. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS**
- LAMPIRAN 3. TABEL FREKUENSI**
- LAMPIRAN 4. ANALISIS ONE SAMPLE T-TEST**
- LAMPIRAN 5. ANALISIS INDEPENDENT T-TEST DAN ONE WAY ANOVA**
- LAMPIRAN 6. CODING PROFILE RESPONDEN DAN KEBIASAAN BERBELANJA KE MALL**
- LAMPIRAN 7. CODING DIMENSI MOTIVASI BERBELANJA KE MALL**

MOTIVASI BERBELANJA DI MALL
(STUDI EKSPLORATIF PADA KONSUMEN YOGYAKARTA)

Disusun Oleh :

MELITA

NPM : 06 03 16297

Pembimbing :

Drs. D. Koeshartono,MM

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui tingkat motivasi konsumen dalam berbelanja di mall (2) Mengetahui ada tidaknya perbedaan motivasi berbelanja konsumen di mall ditinjau dari perbedaan jenis kelamin, usia, status perkawinan dan penghasilan/ uang saku.

Data diperoleh dengan membagikan kusioner. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *independent T-test, one sample T-test dan one way anova*. Namun sebelumnya agar terhindar dari kesalahan yang mungkin terjadi maka, setiap item pertanyaan dari kusioner terlebih dahulu diuji dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas

Variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) *aesthetic dimension* (2) *Escape dimension* (3) *Flow Dimension* (4) *exploration dimension* (5) *role enactment dimension* (6) *social dimension* (7) *convenience dimension* dan karakteristik demografi responden meliputi: (1) usia (2) jenis kelamin (3) status pernikahan (4) penghasilan/ uang saku

Dari hasil analisis yang telah dilakukan memberikan hasil bahwa tingkat motivasi berbelanja di mall konsumen di Yogyakarta cukup tinggi dan adanya perbedaan motivasi berbelanja di mall ditinjau dari jenis kelamin.

Kata kunci : *motivasi berbelanja di mall, aesthetic dimension, escape dimension, flow dimension, exploration dimension, role enactment dimension, social dimension, convenience dimension.*