

**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**

**SKRIPSI**

**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**

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing

**Dr. Siti Dyah Handayani, SE, M.M**  
**NIK : 143 012**

Tanggal, 29 Juni 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 Rimiati, 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

MOTTO

# MOTTO

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

*OST. Friend the great legacy*

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

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

## 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 mengucap 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 membesarkaniku 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.*

*Teraakhir, kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang spesial buat ku (Hanne Komalaningrum) yang telah menemani ku 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
<b>BAB V. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN .....</b>	<b>68</b>
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