ABSTRAK

Motivasi Belanja Hedonis Konsumen Studi Kasus Pada
Pusat Perbelanjaan Galeria Yogyakarta

Disusun Oleh:
Fitriana Dwi Hartanti
Program Studi Manajemen, Bidang Konsentrasi Pemasaran, Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui bagaimana motivasi belanja hedonis konsumen serta untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan motivasi belanja hedonis konsumen terhadap keputusan pembelian berdasarkan karakteristik pendapatan, umur, pendidikan dan pekerjaan, jenis kelamin, gaya hidup.

Subyek dalam penelitian ini adalah konsumen di Pusat Perbelanjaan Galeria Yogyakarta. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi dan angket pada responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis regresi sederhana membuktikan adanya pengaruh yang signifikan motivasi belanja hedonis terhadap keputusan pembelian pada konsumen Pusat Perbelanjaan Galeria Yogyakarta dan uji Chi square menunjukkan bahwa kebenaran hipotesis yang menyatakan adanya perbedaan motivasi belanja hedonis yang signifikan antar kategori karakteristik responden hanya terbukti kebenarannya secara empiris pada karakteristik jenis kelamin, umur, pekerjaan, pendapatan dan gaya hidup. Sedangkan perbedaan motivasi belanja hedonis yang signifikan antar jenjang pendidikan tidak terbukti..