



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN – PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Pengaruh *Shopping Motivation* terhadap *Repurchase Intention*
konsumen Hello Wagyu OBC Bandung

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

William Sunjaya Cincin

2015320124

Bandung

2019



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN – PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Pengaruh *Shopping Motivation* terhadap *Repurchase Intention*

konsumen Hello Wagyu OBC Bandung

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana

Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

William Sunjaya Cincin

2015320124

Pembimbing :

Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis**



Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : William Sunjaya Cincin
Nomor Pokok : 2015320124
Judul : Pengaruh Shopping Motivation terhadap Repurchase Intention
Konsumen Hello Wagyu OBC Bandung

Menyetujui untuk diajukan pada
Ujian Sidang jenjang Sarjana
Bandung, 17 Desember 2019

Pembimbing,

Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.
Mengetahui,
Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : William Sunjaya Cincin
Nomor Pokok : 2015320124
Judul : Pengaruh *Shopping Motivation* terhadap *Repurchase Intention*
Konsumen Hello Wagyu OBC Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 20 Desember 2019
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, S.T.,M.AB

Sekretaris

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

Anggota

Gandhi Pawitan, Ph.D

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : William Sunjaya Cincin

NPM : 2015320124

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh *Shopping Motivation* terhadap *Repurchase Intention*
konsumen Hello Wagyu OBC Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa proposal skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya ataupun pendapat dari pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 11 Desember 2019

William Sunjaya Cincin

2015320124

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas rahmat serta karunia-Nya saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi saya berkat selama proses penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Shopping Motivation* terhadap *Repurchase Intention* konsumen Hello Wagyu OBC Bandung” sebagai sebuah bentuk penelitian serta pra-syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Skripsi ini dibuat tentu saja dengan tujuan untuk mengetahui berbagai persepsi *shopping motivation* yang berada pada konsumen sehingga melakukan pembelian ulang (*repurchase intention*) terhadap produk dari Hello Wagyu OBC Bandung. Penyusunan skripsi ini juga diharapkan dapat memberi manfaat untuk memperkaya wawasan dan menjadi tolak ukur dalam mempelajari motivasi apa yang mendorong agar konsumen melakukan pembelian ulang pada produk tertentu. Selain itu, bagi setiap orang yang terlibat dan membacanya dapat menambahkan wawasan dalam melakukan referensi penelitian mengenai Pengaruh *Shopping Motivation* terhadap *Repurchase Intention* konsumen Hello Wagyu OBC Bandung baikpun usaha lainnya.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih penulis secara khusus kepada:

1. Ibu Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis dan memberikan masukan selama pengerjaan skripsi sehingga skripsi ini dapat selesai dengan sebaik mungkin.
2. Papa, mama, , dan cici - cici tersayang yang tiada hentinya memberi kasih sayang, semangat dan doa kepada saya, serta keluarga besar saya yang turut menyemangati saya.

3. Ivena Christiany yang selalu sabar mendengarkan keluh kesah saya, memberi semangat dan dukungan kepada saya, membantu dan menemani mengerjakan skripsi saya hampir setiap hari agar skripsi ini bisa selesai dengan dengan tepat waktu.
4. Lind Noven, yang telah membantu saya juga mengerjakan skripsi ini walaupun berada di beda kota
5. Levin Felix, James Kristandy, Felixius Finley, Stephen Lie yang selalu menyemangati saya juga dan suka mengajak main agar tetap fun dalam mengerjakan skripsi ini dan agar skripsi ini segera selesai dengan baik.
6. Pihak dari Hello Wagyuu yang sudah mengizinkan penulis untuk meneliti tempat usahanya
7. Segenap dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang telah mengajar penulis selama perkuliahan
8. Seluruh yang sudah turut serta dalam menyelesaikan skripsi ini.

Tantangan dan rintangan telah saya hadapi dalam proses penyusunan skripsi ini, namun berkat rahmat dan karunia yang diberikan oleh Tuhan Yang Maha Esa serta dukungan yang selalu diberikan keluarga, sahabat, dan juga terutama dosen pembimbing saya terkasih, Dr. Fransisca Mulyono, saya dapat menyelesaikan penulisan dan penyusunan skripsi ini pada waktunya. Penulis juga sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis mengharapkan saran, kritik, serta rekomendasi yang membangun dalam proses perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Bandung, 11 Desember 2019

William Sunjaya Cincin

ABSTRAK

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Bidang : Pemasaran
Judul : Pengaruh *Shopping Motivation* terhadap *Repurchase Intention*
konsumen Hello Wagyu OBC Bandung
Nama Penulis : William Sunjaya Cincin
NPM : 2015320124
Tahun : 2019

Kota Bandung mendapat predikat kota kuliner karena memang sangat beragam kuliner yang ada di Kota Bandung. Salah satunya adalah tren *rice bowl* yang belakangan ini sedang digemari masyarakat karena praktis, efisien, dan ekonomis. Salah satu dari *rice bowl* yang digemari adalah *Wagyu rice bowl* merk Hello Wagyu

Hello Wagyu OBC Bandung sudah memiliki tanggapan tentang motivasi belanja yang mempengaruhi kepada niat beli ulang yang dilakukan kepada 30 orang, dapat dikatakan tanggapan mereka adalah baik.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Shopping Motivation* terhadap *Repurchase Intention* konsumen Hello Wagyu OBC Bandung.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal dengan analisis kuantitatif, Pengumpulan data dilakukan dengan cara *survey*, dan kuisioner yang disebarakan kepada 80 orang sebagai responden. Uji yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear, serta Uji T.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan *shopping motivation* berpengaruh secara signifikan terhadap *repurchase intention* di Hello Wagyu OBC Bandung.

Kata kunci : *shopping motivation, repurchase intention*

ABSTRACT

Study Program : *Business Administration*
Field : *Marketing*
Title : *The Effect of Shopping Motivation on Repurchase Intention on Hello Wagyu OBC Bandung Consumers*
Author : *William Sunjaya Cincin*
Student No. : *2015320124*
Year : *2019*

Bandung city received the title of culinary city because it is very diverse in the culinary city of Bandung. One of them is, trend of the rice bowl which is currently popular with the public because it's so practical, efficient and economical. One of the most popular is Hello Wagyu Rice Bowl.

Hello Wagyu already has a response about shopping motivation that affects the repurchase intention of 30 people, it means their response is so far so good.

The purpose of this study was to determine the effect of shopping motivation on the repurchases intention of Hello Wagyu at OBC Bandung.

This type of research is a causal study with quantitative analysis and data collection was carried out by survey, and questionnaires were distributed to 80 people as respondents. Tests conducted in this study are linear regression analysis, and T test.

The results of this study indicate that simultaneous shopping motivation significantly influences repurchase intention in Hello Wagyu in OBC Bandung.

Keywords: shopping motivation, repurchase intention

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2	7
LANDASAN TEORI.....	7
2.1 <i>Shopping Motivation</i> (Motivasi Belanja).....	7
2.1.1 Definisi <i>Shopping Motivation</i>	7
2.1.2 Manfaat <i>Shopping Motivation</i>	8
2.1.3 Pengukuran <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	8
2.2 <i>Utilitarian shopping motivations</i>	11
2.2.1 Pengukuran <i>Utilitarian shopping motivation</i>	11
2.3 <i>Repurchase Intention</i> (Niat pembelian ulang)	12
2.3.1 Definisi <i>Repurchase Intention</i>	12
2.3.2 Manfaat <i>Repurchase Intention</i>	13
2.3.3 Pengukuran <i>Repurchase Intention</i>	13
2.4 Penelitian Terdahulu	13
2.5 Hipotesis Penelitian	15
BAB 3	16
Metode penelitian.....	16
3.1 Metode penelitian.....	16
3.2 Model Penelitian	16
3.3 Operasionalisasi variabel	18
3.4 Populasi dan <i>Sampling</i>	19
3.4.1 Populasi.....	19

3.4.2 Sampel / <i>Sample</i>	19
3.5 Pengumpulan Data.....	19
3.5.1 Sumber Data.....	19
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.6 Teknik Pengolahan Data.....	21
3.6.1 Regresi Data <i>Linier</i>	21
3.7 Teknik Analisis Data.....	22
3.7.1 Uji Validitas.....	23
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	23
3.8 Uji asumsi klasik.....	23
3.8.1 Uji Normalitas.....	23
3.8.2 Uji Autokorelasi.....	24
3.8.3 Uji Multikolinearitas.....	25
3.8.4 Uji Heteroskedastisitas.....	26
3.8.5 Uji Linearitas.....	27
3.8.7 Uji Parsial (Uji T).....	28
BAB 4.....	29
OBJEK PENELITIAN.....	29
4.1 Profil Perusahaan.....	29
4.1.1 Sejarah Bisnis Hello Wagyu.....	29
4.1.2 Lokasi Bisnis Hello Wagyu.....	32
4.1.3 Visi dan Misi Hello Wagyu.....	33
4.1.4 Deskripsi Menu Makanan.....	33
4.2 Harga dan produk dari Hello Wagyu OBC Bandung.....	34
4.3 Informasi umum Hello Wagyu OBC Bandung.....	36
4.4 Foto <i>store</i> Hello Wagyu OBC Bandung.....	37
4.5 Foto dari produk yang dijual di Hello Wagyu OBC Bandung.....	37
BAB 5.....	38
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
5.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	38
5.1.2 Uji Validitas Variabel Penelitian.....	38
5.1.2 Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	39
5.2 Analisis Deskriptif.....	40
5.2.1 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Mengenai Hedonic Shopping Motivations.....	41
5.2.2 Garis Kontinum Hedonic Shopping Motivations.....	45

5.2.3 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Mengenai Utilitarian Shopping Motivations	48
5.2.4 Garis <i>Kontinum Utilitarian Shopping Motivations</i>	50
5.3 Analisis Pengaruh	56
5.3.1 Uji Normalitas	56
5.3.2 Uji Multikolinearitas	58
5.3.3 Uji Heteroskedastisitas	58
5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	59
5.5 Analisis Korelasi	61
5.6 Analisis Koefisien Determinasi	63
5.6 Pengujian Hipotesis	64
BAB 6	66
KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
6.1 Kesimpulan	66
6.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar tabel bisnis kuliner yang menjual wagyu <i>ricebowl</i>	2
Tabel 3.1 Model Penelitian.....	16
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban Kuisisioner	20
Tabel 4.1 Daftar menu dan harga dari Hello Wagyu OBC Bandung.....	35
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 5.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 5.3 Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	41
Tabel 5.4 Membeli Produk Hello Wagyu Merupakan Pengalaman Yang Menarik Bagi Saya.....	42
Tabel 5.5 Membeli produk Hello Wagyu adalah cara saya untuk memanjakan diri (memuaskan indra pengecap saya)	42
Tabel 5.6 Bagi Saya Dengan Membeli dan Menikmati Produk Hello Wagyu Dapat Mengurangi Stres	43
Tabel 5.7 Saya Lebih Suka Membeli Produk Hello Wagyu Bersama Teman Atau Keluarga Saya	43
Tabel 5.8 Saya suka mencari diskon / <i>cashback</i> yang ada pada store Hello Wagyu OBC (<i>Online store/Gojek/Grab atau Offline store</i>).....	44
Tabel 5.9 Saya Jadi Tertarik Membeli Produk Hello Wagyu Yang Juga Produk <i>Rice Bowl</i>	45
Tabel 5.10 Penilaian Responden Terhadap <i>Hedonic Shopping Motivations</i>	46
Tabel 5.11 saya sudah membuat rencana pilihan produk mana yang akan saya beli	48
Tabel 5.12 Saya Merasa Senang Apabila Produk Yang Saya Inginkan Ada/ <i>Available</i>	49
Tabel 5.13 Saya Merasa Senang Apabila Saya Dapat Membeli Produk Hello Wagyu yang saya inginkan	49
Tabel 5.14 Kinerja Dari Store Hello Wagyu OBC Adalah Baik	50
Tabel 5.15 Penilaian Responden Terhadap <i>Utilitarian Shopping Motivations</i>	51
Tabel 5.16 Saya Berniat Untuk Membeli Produk Hello Wagyu OBC Di Kemudian Hari	53
Tabel 5.17 Saya Berniat Untuk Membeli Produk Lain Dari Hello Wagyu OBC	53
Tabel 5.18 Saya Akan Dengan Aktif Mencari Informasi Dari Hello Wagyu OBC.....	54
Tabel 5.19 Penilaian Responden Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	55
Tabel 5.20 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 5.21 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik volume penjualan Hello Wagyu OBC Bandung Mar – Nov 2019	3
Gambar 4.1 Foto tampak depan Hello Wagyu OBC Bandung	37
Gambar 4.2 Foto menu dari Hello Wagyu.....	37
Gambar 5.1 Garis <i>Kontinum Hedonic Shopping Motivations</i>	47
Gambar 5.2 Garis <i>Kontinum Utilitarian Shopping Motivations</i>	52
Gambar 5.3 Garis <i>Kontinum Repurchase Intention</i>	56
Gambar 5.4 Hasil Uji Normalitas Data.....	57
Gambar 5.5 Uji Heteroskedastisitas Glejser	59
Gambar 5.6 Analisis Regresi Linier Berganda	60
Gambar 5.7 Analisis Korelasi	62
Gambar 5.8 Analisis Koefisien Determinasi.....	63
Gambar 5.9 Hasil Uji T- Statistik	65
Gambar 6.1 Contoh promo	69

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis usaha kuliner di Indonesia semakin hari semakin diminati dengan melihat semakin banyaknya masyarakat yang gemar memburu beberapa aneka menu makanan baik makanan tradisional, nasional, maupun internasional. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin banyaknya usaha kuliner yang berdiri dari waktu ke waktu dan tentunya dengan penawaran menu andalan masing-masing. Pada masa kini kebutuhan akan makanan dan minuman tidak lagi sebagai kebutuhan dasar semata yang harus dipenuhi, melainkan sudah menjadi tren di kalangan masyarakat. Hal tersebut tampak dari aktivitas makan dan minum bersama teman atau kerabat yang dimanfaatkan juga sebagai ajang sosialisasi/kumpul bersama. Banyak yang beranggapan bahwa bisnis yang menjanjikan saat ini adalah bisnis usaha kuliner. Maka tidak heran jika pertumbuhan industri kuliner di Indonesia diperkirakan akan semakin bertumbuh dan ini tentunya menjadi peluang menarik bagi para pengusaha bisnis kuliner.

Salah satu bisnis kuliner yang sedang berkembang di Bandung adalah Hello Wagyu. Hello Wagyu mengusung tema *rice bowl* yang telah berdiri sejak tahun 2017 dan sampai tahun 2019 telah memiliki lebih dari 5 cabang. Berdasarkan wawancara dengan pemilik Hello Wagyu, restoran ini terus mengalami peningkatan penjualan dari bulan Maret 2019 sampai dengan bulan November 2019.

Berikut merupakan bisnis kuliner yang menjual produk makanan daging *wagyu* di Bandung :

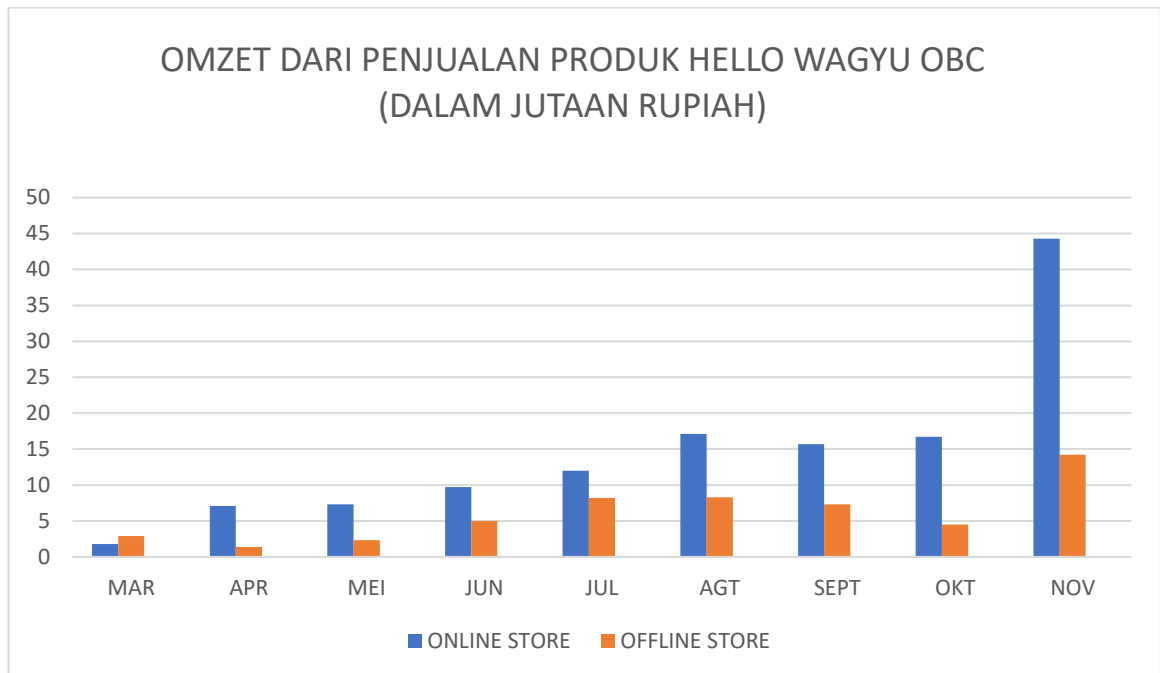
Tabel 1.1 Daftar tabel bisnis kuliner yang menjual wagyu rice bowl

No	Nama	Lokasi
1.	<i>Hello Wagyu</i>	Jl. Rancabentang 1 no 3A, Ciumbuleuit (OBC) Bandung Jl. Imam Bonjol no 9, Dago Bandung Jl. Mekar Raharja 2 no 28 (Perum Mekar Wangi) Bandung Jl. Maltra Residence F2/8 Bandung
2.	<i>Eat Wagyu</i>	Jl. Babakan Jeruk 3 no. 8 Bandung
3.	<i>Wagyu Mantulll</i>	Jl. Babakan Jeruk 3c no. 6 Bandung
4.	<i>Wahgyu Street Yakiniku</i>	Jl. Mekar Laksana no ! Bandung Jl. Karang Sari no 23 Bandung
5.	<i>DWagyu</i>	Perum Istana Regensi 1 blok D2 no 10 Bandung

Sumber : *Gofood by Gojek*

Hello Wagyu merupakan salah satu bisnis kuliner dalam bentuk wagyu rice bowl. Berdasarkan wawancara dengan pemilik, dari awal buka pada bulan Maret 2019 sampai pada bulan November 2019, volume penjualan mengalami peningkatan.

Berikut data penjualan Hello Wagyu OBC Bandung melalui grafik omzet penjualan.



Gambar 1.1 Grafik volume penjualan Hello Wagyu OBC Bandung Mar – Nov 2019

Gambar 1.1 di atas merupakan grafik volume penjualan Hello wagyu pada tahun 2019, volume penjualan berupa jumlah omzet per bulan. Volume penjualan secara umum mengalami peningkatan.

Dapat disimpulkan dari grafik diatas, ternyata penjualan secara *online* dengan berbagai metode mempunyai hasil yang lebih baik dibandingkan dengan penjualan secara *offline*

Menurut pemaparan pemilik Hello Wagyu, pada akhir tahun 2019, Hello Wagyu memiliki peningkatan penjualan yang cukup signifikan karena diadakannya promo-promo. Hal tersebut guna meningkatkan kesadaran masyarakat atas eksistensi Hello Wagyu.

Menurut Akhter et al (2002 : 321-327) (Akther) Konsumen tentunya memiliki alasan ketika melakukan suatu pembelian. Konsumen menikmati manfaat dari produk dan layanan yang dipilih, dan penelitian sebelumnya telah mengindikasikan

niat beli mungkin dipengaruhi oleh variabel seperti demografis, persepsi kualitas, nama toko, nama merek dan diskon harga.

Menurut CheonYim (2013 : 528-544) (Yim) Beberapa penelitian menghubungkan hubungan antara motivasi berbelanja untuk membeli niat tentang cara proses tersebut menyebabkan peningkatan pembelian oleh konsumen.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- Bagaimana pengaruh *Shopping Motivation* (Motivasi Belanja) : *Hedonic* dan *Utilitarian* terhadap *Repurchase Intention* (Niat Beli Ulang) konsumen Hello Wagyu OBC Bandung

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

- Untuk mengetahui pengaruh *Shopping Motivation* (Motivasi Belanja) : *Hedonic* dan *Utilitarian* terhadap *Repurchase Intention* (Niat Beli Ulang) konsumen Hello Wagyu OBC Bandung

1.4 Manfaat Penelitian

- Bagi Peneliti.

Untuk memperluas wawasan dan penalaran mengenai pengaruh faktor-faktor atau motivasi apa yang mempengaruhi niat beli ulang konsumen.

- Bagi Perusahaan.

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna untuk Hello Wagyu sebagai faktor untuk mengerti motivasi pembeli dalam melakukan pembelian ulang

- Bagi Pihak lain.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai informasi tentang penelitian sejenis dan untuk pengembangan penelitian selanjutnya.