

**PENGARUH *PRODUCT INVOLVEMENT* TERHADAP *PURE  
IMPULSIVE BUYING* KONSUMEN ZARA GALAXY MALL  
SURABAYA MELALUI *PRODUCT KNOWLEDGE* SEBAGAI  
MEDIASI**



OLEH:

Matius Josriadi Sugianto

3103011271

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017

**PENGARUH *PRODUCT INVOLVEMENT* TERHADAP *PURE  
IMPULSIVE BUYING* KONSUMEN ZARA GALAXY MALL  
SURABAYA MELALUI *PRODUCT KNOWLEDGE* SEBAGAI  
MEDIASI**

**SKRIPSI S1**

Diajukan kepada

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Bisnis

Matius Josriadi Sugianto

3103011271

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *PRODUCT INVOLVEMENT* TERHADAP  
*PURE IMPULSIVE BUYING* KONSUMEN ZARA  
GALAXY MALL SURABAYA MELALUI *PRODUCT*  
*KNOWLEDGE* SEBAGAI MEDIASI**

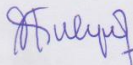
OLEH:

Nama                    Matius Josriadi Sugianto

NRP                     3103011271

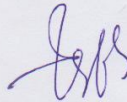
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
Untuk diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Diyah Tulipa, SE., MM.  
M.Si. Tanggal: 26 Januari 2017

Pembimbing II,

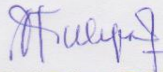


Elisabeth Supriharyanti, SE.,  
Tanggal: 26 Januari 2017

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Matius Josriadi Sugianto NRP 3103011271, Telah diuji pada tanggal 31 Januari 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:

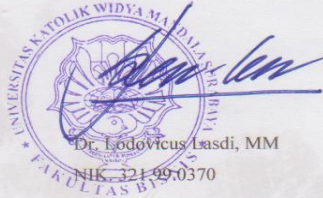


Dr. Diyah Tulipa . SE.,MM.

NIK. 311.02.0543


Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM  
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si

NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Matus Josriadi Sugianto

NRP : 3103011271

Judul Skripsi : Pengaruh *Product Involvement* Terhadap *Pure Impulse Buying* Konsumen Zara Galaxy Mall Di Surabaya Melalui *Product Knowledge* Sebagai Mediasi

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 6 Februari 2017

Yang menyatakan



Matus Josriadi Sugianto

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan yang berjudul “Pengaruh *Product Involvement* terhadap *Pure Impulsive Buying* konsumen Zara Galaxy Mall Surabaya melalui *Product Knowledge* sebagai Mediasi” ini dengan baik. Penulis sangat bersyukur kerana telah mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga penyusunan laporan ini dapat selesai dengan baik untuk memenuhi syarat kelulusan Fakultas Bisnis, Jurusan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

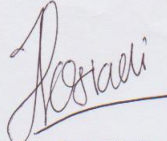
Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2. Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Dr.Diyah Tulipa , SE.,MM.. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
4. Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
5. Kepada Dosen dan Karyawan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya terima kasih atas dukungan dan bantuannya.
6. Kepada keluarga saya yang telah memberikan banyak dukungan, doa, cinta dan kasih sayang, dalam penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh.

7. Segenap Staf Tata Usaha Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah membantu memberikan informasi guna kelancaran pengumpulan laporan.
8. Kepada teman-teman yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan laporan ini, terima kasih atas semangat, bantuan, saran, dan doanya.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam laporan ini, oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Surabaya, 06 Februari 2017



Matus Josriadi Sugianto

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi.....	9
<b>BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Landasan Teori.....	12
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	28
2.4. Model Penelitian.....	29
2.5. Hipotesis.....	30



<b>BAB 3. METODE PELAKSANAAN</b>	
3.1. Desain Penelitian.....	31
3.2. Identifikasi Variabel.....	31
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	32
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	33
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	34
3.6. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel...	34
3.7. Teknik Analisis Data.....	35
<b>BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Karakteristik Responden.....	42
4.2. Statistik Deskriptif.....	45
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
4.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
4.5. Pembahasan.....	54
<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Simpulan.....	61
5.2. Saran.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3.1. <i>Goodnes of Fit</i> .....	40
Tabel 4.1. Usia.....	42
Tabel 4.2. Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.3. Tingkat Pendidikan.....	44
Tabel 4.4. Pendapatan Per Bulan.....	45
Tabel 4.5. Interval Rata-Rata Skor.....	46
Tabel 4.6. Deskriptif Jawaban Responden <i>Product Involvement</i> .....	46
Tabel 4.7. Deskriptif Jawaban Responden <i>Product Knowledge</i> .....	47
Tabel 4.8. Deskriptif Jawaban Responden <i>Impulse Buying</i> .....	48
Tabel 4.9. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> .....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> .....	50
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.13. Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i> .....	50
Tabel 4.14. Pengujian Hipotesis.....	52

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Teoritis.....	30

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Validitas
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Uji Normalitas
- Lampiran 8. Structural Equation Model

## ABSTRAK

Semakin banyak tingkat keterlibatan konsumen terhadap suatu produk, diharapkan akan semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk melakukan *impulse buying* terhadap produk tersebut. Sementara itu *product knowledge* akan menjadi *intervening variable* yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh tersebut. Contoh dimana *product knowledge* dapat memperkuat pengaruh antara keterlibatan produk dengan *impulse buying* adalah ketika konsumen membeli suatu produk karena “terbujuk” oleh iklan produk tersebut tanpa adanya suatu alasan yang rasional untuk membelinya. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *product involvement* terhadap *impulsive buying* konsumen Zara Galaxy Mall di Surabaya melalui *product knowledge* sebagai mediasi

Sampel yang digunakan berjumlah 200 orang konsumen Zara Galaxy Mall di Surabaya. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah structural equation model. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa *product involvement* ditemukan berpengaruh positif terhadap *product knowledge* konsumen. Di sisi lain *product knowledge* ditemukan berpengaruh positif terhadap *impulsive buying* konsumen

**Kata Kunci:** *Product Involvement; Product Knowledge; Impulsive Buying.*

## ABSTRACT

The more the level of involvement of consumers against a product, expected to be the higher the likelihood of consumers to do impulse buying against the product. I went for that product knowledge will be an intervening variable that can strengthen or weaken the influence. Examples of where product knowledge can strengthen the influence between product involvement with impulse buying is when a consumer buys a product because "persuaded" by advertising the product in the absence of a rational reason to buy it. This research aims to examine the influence of product involvement against impulsive buying consumers Zara Galaxy Mall in surabaya through product knowledge as mediation

The sample used amounted to 200 people consumers Zara Galaxy Mall in Surabaya. Data were collected using a questionnaire. The technique used is the analysis of structural equation models. The results showed that product involvement has positive effect on product knowledge and product knowledge has positive effect on impulse buying as well.

**Keywords: *Product Involvement; Product Knowledge; Impulsive Buying.***