

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial dan simultan atribut supermarket, citra perusahaan dan hadiah terhadap motif belanja *utilitarian* pada pusat perbelanjaan di Hypermart Gresik. Penarikan sampel dilakukan dengan teknik *nonprobability sampling* metode yang digunakan yaitu *incidental sampling* dengan cara menyebarkan kuisioner sebanyak 100 responden. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan SPSS/Windows. V. 15. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F, dengan taraf signifikan 5%. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil perhitungan yang menunjukkan secara parsial untuk X1(atribut supermarket) adalah $2,770 > 1,9850$, X2 (citra perusahaan) adalah $2,738 > 1,9850$, X3 (hadiah) adalah $0,473 < 1,9850$ dari bukti-bukti tersebut dapat disimpulkan bahwa kedua variabel atribut supermarket dan citra perusahaan tersebut mempunyai pengaruh positif terhadap motif belanja *utilitarian* dan untuk hadiah tidak berpengaruh terhadap motif belanja *utilitarian*. Sedangkan secara simultan nilai F hitung sebesar 7.006 lebih besar dari F tabel 2,699 dari ketiga variabel tersebut hasil perhitungan menunjukkan bahwa ketiga variabel yang masuk dalam analisis secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motif belanja *utilitarian*.

Kata Kunci : Atribut Supermarket, Citra Perusahaan, Hadiah, Motif Belanja
Utilitarian

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the effect of partial and simultaneous Supermarket Attributes, Corporate Image and a Gift to the Utilitarian Shopping Motives on shopping centers in Gresik Hypermart. Sampling was done by using nonprobability sampling method used is incidental sampling by distributing questionnaires of 100 respondents. The analysis tool used is multiple linear regression with SPSS / Windows. V. 15. Hypothesis testing using t test and F test, with significance level of 5%. This conclusion is based on calculations that show partial to X1 (Supermarket Attributes) is $2.770 > 1.9850$, X2 (Corporate Image) is $2.738 > 1.9850$, X3 (Gift) is $0.473 < 1.9850$ of that evidence it can be concluded that both variables Supermarket Attributes and Corporate Image has a positive influence on the Utilitarian Shopping Motives And for Gifts no effect to the utilitarian shopping motives. While simultaneously calculated F value of 7006 is greater than the F table 2,699 of these three variables calculation results showed that the three variables were included in the analysis simultaneously have a significant influence on Utilitarian Shopping Motives.

Key Words : Supermarket Attribute, Corporate Image, Gift, Utilitarian Shopping Motives