

**ANALISIS MOTIVASI DAN PREFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI MINIMARKET MELALUI KELOMPOK USIA
KONSUMEN LINTAS GENERASI DI KOTA PASURUAN**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S1)

Disusun oleh :

BAHARUDIN YUSUF HABIBI

NPM. 2161201002972



UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN

FAKULTAS EKONOMI

2025

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Baharudin Yusuf Habibi
Nomor Pokok Mahasiswa : 2161201002972
Universitas : Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Motivasi dan Preferensi Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Melalui Kelompok Usia Konsumen Lintas Generasi di Kota Pasuruan

Pasuruan, 5 februari 2025

UNIVERSITAS MERDEKA
BHIRAWA ANORAGA
PASURUAN

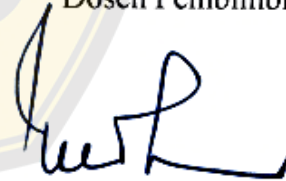
DISETUJUI DAN DITERIMA:

Dosen Pembimbing I



Nurul Akramiah, S.E., M.M

Dosen Pembimbing II



Dra. A. Ratna. Pudyaningasih, M.M

Dekan



Dra. A. Ratna. Pudyaningasih, M.M

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana manajemen, pada tanggal 21 Januari 2025.

TIM PENGUJI :

1. Yufenti Oktafiah, S.E., MSA

1. Ketua.....

2. Nurul Akramiah, S.E., M.M

2. Sekretaris.....

3. Dra. A. Ratna. Pudyarningsih, M.M

3. Anggota.....



Dekan

Dra. A. Ratna. Pudyarningsih, M.M

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama: : Baharudin Yusuf Habibi

Nomor Pokok Mahasiswa : 2161201002972

Universitas : Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat dan Tanggal Lahir : Pasuruan, 13 Juli 2003

Alamat : Dusun Plugon, Desa Susukanrejo, Kecamatan
Pohjentrek, Kabupaten Pasuruan.

Nama Orang Tua

Ayah : Suparman

Ibu : Khabsari

Riwayat Pendidikan :

1. UPT SD Negeri Susukanrejo I II Tahun 2009 – 2015
2. UPT SMP Negeri Susukanrejo I Tahun 2015 – 2018
3. UPT SMA Negeri Kejayan I tahun 2018 – 2021
4. Terdaftar Sebagai Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan Tahun 2021

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI
(ORISINALITAS)

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama: : Baharudin Yusuf Habibi
Nomor Pokok Mahasiswa : 2161201002972
Alamat Rumah : Dusun Plugon, Desa Susukanrejo,
Kecamatan Pohjentrek, Kabupaten
Pasuruan.

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul :

Analisis Motivasi dan Preferensi Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Melalui Kelompok Usia Konsumen Lintas Generasi di Kota Pasuruan

Adalah hasil kerja tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah Orang lain baik berupa Artikel: Thesis ataupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang kami tulis adalah hasil Plagiat maka kami bersedia menerima sanksi.

Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 21 Januari 2025

Yang Membuat



Baharudin Yusuf Habibi

KATA PENGANTAR

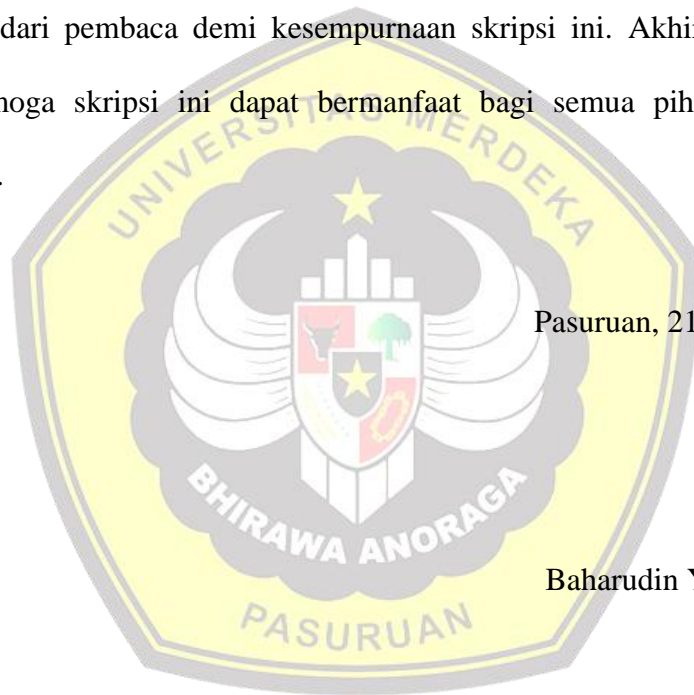
Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih dan maha penyayang, dengan mengucapkan syukur atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya yang telah diberikan-Nya, sehingga saya bisa menyusun skripsi yang berjudul **“Analisis Motivasi dan Preferensi Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Melalui Kelompok Usia Konsumen Lintas Generasi Di Kota Pasuruan”** dapat terselesaikan tepat waktu. Tujuan dari pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi berbelanja dan preferensi konsumen dalam pembelian produk di minimarket dari konsumen lintas generasi.

Tentunya dalam proses menyusun skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dra. A. Ratna Pudyaningsih, M.M selaku dekan di fakultas ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan, sekaligus dosen pembimbing II yang selalu membimbing dalam menyempurnakan skripsi saya.
2. Nurul Akramiah, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I yang selalu membimbing dalam menyempurnakan skripsi saya.
3. Para dosen fakultas ekonomi yang telah mengajarkan banyak keilmuan kepada saya selama kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.
4. Mas Ari dan para anggota staf fakultas ekonomi yang telah membantu dalam mengurus administrasi selama saya kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

5. Kedua orang tua, yang telah membimbing dan memotivasi sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Para teman-teman yang selalu mendukung saya.
7. Para Responden yang turut mengisi kuesioner.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwasanya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna baik letak materi maupun sistematikanya. Oleh karena itu penulis dengan rendah hati sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang telah membacanya.



Pasuruan, 21 Januari 2025

Baharudin Yusuf Habibi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iv
PERNYATAAN ANTI PLAGIASI (ORISINALITAS).....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Motivasi Berbelanja.....	11
1. Pengertian Motivasi Berbelanja	11
2. Teori-teori Pendukung Motivasi	13
3. Motif Motivasi konsumen	15

4.	Indikator Motivasi Berbelanja.....	16
B.	Preferensi Konsumen.....	17
1.	Pengertian Preferensi Konsumen	17
2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen	20
3.	Pola Preferensi.....	24
4.	Indikator Preferensi	24
C.	Keputusan Pembelian	25
1.	Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.	Perspektif Pengambilan Keputusan.....	28
3.	Indikator Keputusan Pembelian	29
D.	Kelompok Usia Konsumen.....	30
1.	Pengertian Kelompok Usia Konsumen	30
2.	Keuntungan Pengelompokan Usia Konsumen	32
3.	Indikator Kelompok Usia Konsumen.....	33
E.	Hubungan Antara Variabel Bebas Dengan Variabel Terikat	34
1.	Hubungan Variabel Motivasi Berbelanja dengan Variabel Keputusan Pembelian	34
2.	Hubungan Variabel Preferensi Konsumen dengan Variabel Keputusan Pembelian	36
3.	Hubungan Variabel Motivasi Berbelanja dan Preferensi Konsumen dengan Variabel Keputusan Pembelian	37

4.	Hubungan Variabel Kelompok Usia Konsumen sebagai <i>intervening</i> Variabel Motivasi Berbelanja, dan Preferensi Konsumen dengan Variabel Keputusan Pembelian	38
F.	Penelitian Terdahulu.....	39
G.	Kerangka Konsep Penelitian	40
H.	Hipotesis	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		44
A.	Definisi Operasional Variabel	44
1.	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	44
2.	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	46
3.	Variabel <i>Intervening</i>	47
B.	Ruang Lingkup Penelitian.....	49
C.	Lokasi Penelitian	49
D.	Populasi dan Sampel.....	50
E.	Metode Penarikan Sampel.....	50
F.	Jenis dan Sumber Data	51
1.	Jenis Data	51
2.	Sumber Data	52
G.	Teknik Pengumpulan Data	52
1.	Riset Pustaka (<i>Library Research</i>).....	53
2.	Riset Lapangan	53
H.	Uji Instrumen Penelitian.....	54
I.	Uji Kualitas Data	54

1. Analisis Deskripsi.....	54
2. Uji Asumsi Klasik	56
J. Teknik Analisis Data	58
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
2. Analisis Koefisien Determinan (<i>Adjusted R2</i>)	59
K. Pengujian Hipotesis	59
1. Uji Simultan (Uji F)	59
2. Uji Parsial (Uji T).....	60
3. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
A. Hasil Penelitian.....	63
1. Gambaran Objek Penelitian.....	63
2. Uji Instrumen Penelitian.....	64
3. Analisis Deskripsi.....	66
B. Pengkajian Hipotesis	107
1. Uji Asumsi Klasik	107
2. Uji Regresi Linier Berganda.....	119
3. Uji Koefisien Determinasi.....	121
4. Pengujian Hipotesis	122
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	141
1. Pengaruh Motivasi Berbelanja Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	141

2. Pengaruh Motivasi Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian	143
3. Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	146
4. Pengaruh Kelompok Usia Konsumen Sebagai Variabel <i>Intervening</i> Dalam Mempengaruhi Motivasi Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian	150
5. Pengaruh Kelompok Usia Konsumen Sebagai Variabel <i>Intervening</i> Dalam Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	151
6. Pengaruh Kelompok Usia Konsumen Sebagai Variabel <i>Intervening</i> Dalam Mempengaruhi Motivasi Berbelanja dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	152
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	153
A. Kesimpulan	153
B. Saran	154
C. Keterbatasan	156

DAFTAR PUSTAKA

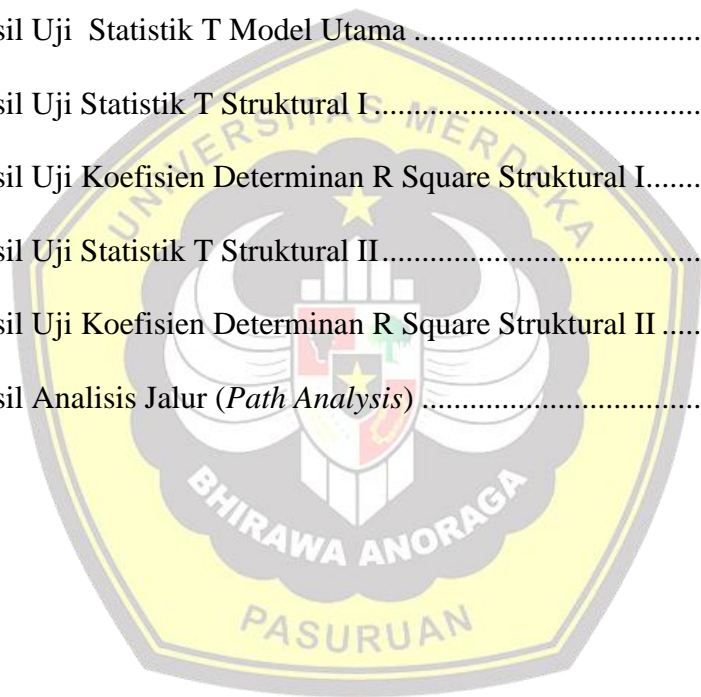
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1	Klasifikasi Motivasi Berbelanja dan Preferensi Konsumen pada Kelompok Usia Konsumen Lintas Generasi dalam Keputusan Pembelian di Minimarket Kota Pasuruan..... 4
Tabel 2	Metrik Penelitian Terdahulu 39
Tabel 3	Klasifikasi Sampel 51
Tabel 4	Interval Kelas 56
Tabel 5	Rekapitulasi Hasil Pengujian Validitas..... 64
Tabel 6	Rekapitulasi Hasil Pengujian Reliabilitas 65
Tabel 7	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 66
Tabel 8	Responden Berdasarkan Kelompok Usia..... 67
Tabel 9	Responden Berdasarkan Status Pernikahan 69
Tabel 10	Deskriptif Variabel Motivasi Berbelanja Kelompok Usia Konsumen Lintas Generasi 70
Tabel 11	Deskriptif Variabel Motivasi Berbelanja Generasi Z 73
Tabel 12	Deskriptif Variabel Motivasi Berbelanja Generasi Y 74
Tabel 13	Deskriptif Variabel Motivasi Berbelanja Generasi X 76
Tabel 14	Deskriptif Variabel Motivasi Berbelanja Baby Boomers 78
Tabel 15	Deskriptif Variabel Preferensi Konsumen Kelompok Usia Konsumen Lintas Generasi 80
Tabel 16	Deskriptif Variabel Preferensi Konsumen Generasi Z 82
Tabel 17	Deskriptif Variabel Preferensi Konsumen Generasi Y 84

Tabel 18	Deskriptif Variabel Preferensi Konsumen Generasi X.....	86
Tabel 19	Deskriptif Variabel Preferensi Konsumen Baby Boomers	87
Tabel 20	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Kelompok Usia Konsumen Lintas Generasi	90
Tabel 21	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Generasi Z.....	92
Tabel 22	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Generasi Y.....	93
Tabel 23	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Generasi X.....	95
Tabel 24	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Baby Boomers.....	97
Tabel 25	Deskriptif Variabel Kelompok Usia Konsumen Lintas Generasi.....	99
Tabel 26	Deskriptif Variabel Kelompok Usia Konsumen Generasi Z	101
Tabel 27	Deskriptif Variabel Kelompok Usia Konsumen Generasi Y	102
Tabel 28	Deskriptif Variabel Kelompok Usia Konsumen Generasi X.....	104
Tabel 29	Deskriptif Variabel Kelompok Usia Konsumen Baby Boomers	106
Tabel 30	Hasil Uji Normalitas Model Utama	108
Tabel 31	Hasil Uji Normalitas Struktural I.....	110
Tabel 32	Hasil Uji Normalitas Struktural II.....	111
Tabel 33	Hasil Uji Multikolinearitas Model Utama	113
Tabel 34	Hasil Uji Multikolinearitas Struktural I	113
Tabel 35	Hasil Uji Multikolinearitas Struktural II.....	114
Tabel 36	Hasil Uji Spearman's Rho Model Utama	115
Tabel 37	Hasil Uji Spearman's Rho Struktural I.....	116
Tabel 38	Hasil Uji Spearman's Rho Struktural II	117
Tabel 39	Hasil Uji Linearitas Model Utama	118

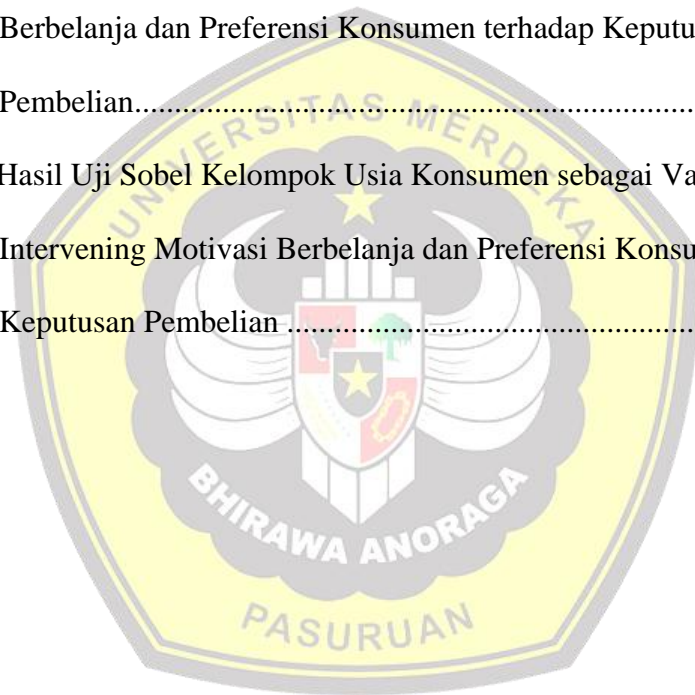
Tabel 40 Hasil Uji Linearitas Struktural I.....	118
Tabel 41 Hasil Uji Linearitas Struktural II	119
Tabel 42 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	119
Tabel 43 Hasil Uji Koefisien Determinan R Square Model Utama.....	121
Tabel 44 Hasil Uji Koefisien Determinan R Square Struktural I.....	121
Tabel 45 Hasil Uji Koefisien Determinan R Square Struktural II	122
Tabel 46 Hasil Uji Statistik F Model Utama.....	123
Tabel 47 Hasil Uji Statistik T Model Utama	124
Tabel 48 Hasil Uji Statistik T Struktural I.....	125
Tabel 49 Hasil Uji Koefisien Determinan R Square Struktural I.....	126
Tabel 50 Hasil Uji Statistik T Struktural II.....	127
Tabel 51 Hasil Uji Koefisien Determinan R Square Struktural II	128
Tabel 52 Hasil Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	137



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	Grafik Sebaran Toko Retail Modern di Indonesia Tahun 2022 2
Gambar 2	Sarana Perdagangan dan Akomodasi Kota Pasuruan Tahun 2018 2
Gambar 3	Hierarki Kebutuhan Maslow 15
Gambar 4	Tahap Perkembangan Psikososial 32
Gambar 5	Kerangka Konseptual 41
Gambar 6	Analisis Jalur Struktural Utama 61
Gambar 7	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 66
Gambar 8	Responden Berdasarkan Kelompok Usia..... 68
Gambar 9	Responden Berdasarkan Status Pernikahan 69
Gambar 10	Hasil Uji Normalitas P-Plot Model Utama 109
Gambar 11	Hasil Uji Normalitas P-Plot Struktural I 110
Gambar 12	Hasil Uji Normalitas P-Plot Struktural II..... 111
Gambar 13	Hasil Grafik Scatterplot Model Utama..... 115
Gambar 14	Hasil Grafik Scatterplot Struktural I 116
Gambar 15	Hasil Grafik Scatterplot Struktural II 117
Gambar 16	Analisis Jalur Struktural I..... 127
Gambar 17	Analisis Jalur Struktural II 129
Gambar 18	Analisis Jalur Struktural Utama 130
Gambar 19	Uji Sobel Kelompok Usia Konsumen sebagai Variabel Intervening Motivasi Berbelanja terhadap Keputusan Pembelian 131

Gambar 20	Hasil Uji Sobel Kelompok Usia Konsumen sebagai Variabel Intervening Motivasi Berbelanja terhadap Keputusan Pembelian.	132
Gambar 21	Uji Sobel Kelompok Usia Konsumen sebagai Variabel Intervening Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	133
Gambar 22	Hasil Uji Sobel Kelompok Usia Konsumen sebagai Variabel Intervening Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	134
Gambar 23	Kelompok Usia Konsumen sebagai Variabel Intervening Motivasi Berbelanja dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	135
Gambar 24	Hasil Uji Sobel Kelompok Usia Konsumen sebagai Variabel Intervening Motivasi Berbelanja dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	136



DAFTAR LAMPIRAN

lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Analisis Deskriptif

Lampiran 4 Hasil Analisis Data



**ANALISIS MOTIVASI DAN PREFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI MINIMARKET MELALUI KELOMPOK USIA
KONSUMEN LINTAS GENERASI DI KOTA PASURUAN**

Baharudin Yusuf Habibi¹, Nurul Akramiah², A.Ratna Pudyaningih³

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

^{2,3}Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

E-mail: baharudinyusufhabibi08@gmail.com¹, nurul.aidan04@gmail.com²,
ratnahend@gmail.com³

Abstrak

Peradaban modern telah membawa perubahan dalam perilaku konsumen dan sektor usaha, termasuk transisi dari pasar tradisional ke pasar modern yang menawarkan pengalaman berbelanja lebih beragam dan kemudahan bagi konsumen di berbagai kelompok usia. Aktivitas berbelanja, baik secara *regular* maupun *nonregular* sesekali, dipengaruhi oleh motivasi dan preferensi konsumen, yang menjadi salah satu faktor dalam keputusan pembelian pada kelompok usia konsumen lintas generasi. Penelitian ini menganalisis hubungan antara motivasi berbelanja dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian, dengan kelompok usia konsumen sebagai variabel *intervening*, di minimarket Kota Pasuruan. Sampel diambil menggunakan metode *simple random sampling* dengan 280 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok usia konsumen secara signifikan mengintervening hubungan motivasi berbelanja dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian. Selain itu, motivasi berbelanja dan preferensi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikan uji F sebesar 0.000 (<0.05). Kontribusi kedua variabel terhadap keputusan pembelian berdasarkan *R Square* sebesar 83.3%, sementara sisanya 16.7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci : motivasi berbelanja, preferensi konsumen, keputusan pembelian, kelompok usia konsumen.