

INTISARI

Belanja bukan sebagai beban melainkan sebagai hal yang menyenangkan dan dapat menikmati aktivitas belanja yang dilakukan hal ini dapat mendorong terbentuknya *shopping motivation*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi belanja masyarakat Surabaya pada saat berbelanja di Tunjungan Plaza Surabaya.

Menurut Bloch.et.al (1994), konsep *Shopping Motivation* ini dapat dikelompokkan menjadi tujuh dimensi yaitu *Aesthetis, Convenience, Escape, Exploration, Flow, Role Enactment, dan Social*. Penelitian ini dilakukan di pusat perbelanjaan Tunjungan Plaza Surabaya dengan jumlah responden sebanyak 130 orang dengan cara pengambilan sampel *convenience sampling*. Profil responden dan deskripsi jawaban responden diuji dan diolah dengan menggunakan analisa SPSS. Program SPSS yang digunakan adalah *IBM SPSS Statistics version 18.0*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi *Social Dimensions* lebih dominan dibandingkan dengan dimensi yang lainnya. Hal ini dapat dijelaskan bahwa mayoritas masyarakat Surabaya yang mengunjungi pusat perbelanjaan Tunjungan Plaza Surabaya adalah untuk meluangkan waktu bersama keluarga atau teman, saling berinteraksi dengan orang lain dan untuk menjalin kebersamaan dengan keluarga atau teman.

Kata kunci : belanja, motivasi, Tunjungan Plaza Surabaya

ABSTRACT

Shopping not as a burden but as a fun thing to do and enjoying shopping activities may encourage the shopping motivation. According to Tiwari and Abraham (2010), the concept of Shopping Motivation can be grouped into seven dimensions Aesthetis, Convenience, Escape, Exploration, Flow, Role Enactment, and Social. The purpose of this research is to know the shopping moyivation of Surabaya people when they shop on Tunjungan Plaza Surabaya.

The research was done in Tunjungan Plaza Surabaya by 130 respondents using convenience sampling. The profile of respondents and respondents answers' description are processed using SPSS analysis. The program of SPSS which is used is IBM SPSS Statistics version 18.0.

The result indicates that Social Shopping dimension are more dominant than other dimensions. It can be explained that majority of Surabaya society who visit Tunjungan Plaza Surabaya usually spare time for gathering with family or friends, interact with other people, and strengthen togetherness with family or friends.

Keywords : shopping, motivation, Tunjungan Plaza Surabaya

