

**ABSTRAK**

**PENGARUH ORIENTASI BELANJA, SUMBER DAYA YANG  
DIKELUARKAN, DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP  
KECENDERUNGAN PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF  
KONSUMEN *ON LINE***

**Studi Kasus pada Mahasiswa Sanata Dharma Yogyakarta**

Rudericus Andhika Andromeda  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2011

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi belanja, sumber daya yang dikeluarkan, dan kelompok referensi baik secara bersama-sama maupun secara parsial terhadap keputusan pembelian impulsif konsumen *on line*. Jenis penelitian ini adalah studi kasus pada mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta Kampus Mrican dan Paingan. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Non Random Sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data yang menggunakan kuesioner yang dilakukan pada bulan Agustus – September 2011. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji F, dan uji t.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa: (1) orientasi belanja, sumber daya yang dikeluarkan, dan kelompok referensi secara bersama-sama berpengaruh pada keputusan pembelian impulsif konsumen *on line*. (2) orientasi belanja, sumber daya yang dikeluarkan, dan kelompok referensi secara parsial berpengaruh pada keputusan pembelian impulsif konsumen *on line*. (3) variabel orientasi belanja, sumber daya yang dikeluarkan, dan kelompok referensi mampu menjelaskan 57,4% variasi keputusan pembelian impulsif konsumen *on line*. (4) variabel orientasi belanja merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian impulsif konsumen *on line*.

Kata kunci : orientasi belanja, sumber daya yang dikeluarkan, kelompok referensi, analisis regresi berganda

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF SHOPPING ORIENTATION, RESOURCES SPENT  
AND REFERENCE GROUPS TOWARDS IMPULSIVE BUYING  
BEHAVIOUR TENDENCY OF ON LINE CONSUMERS**

**A Case Study at University Students of Sanata Dharma University  
Yogyakarta**

Rudericus Andhika Andromeda  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2011

This study aims to determine the effect of shopping orientation, resource spent, and reference groups either simultaneously or partially on impulsive buying behaviour tendency of on line consumers. This type of research is a case study at students of Sanata Dharma University Yogyakarta.

The population in this study were students of Sanata Dharma University Yogyakarta in Paingan and Mrican Campus. Sampling technique in this study was Non Random Sampling technique to sample the number of 100 respondents. Data collection technique was the questionnaire distributed from August to September 2011. Data analysis techniques used were multiple regression analysis, validity test, reliability test, r test, F test, and t test

The result of data analysis indicated that: (1) shopping orientation, resource spent, and the reference groups simultaneously influenced the impulsive buying behaviour tendency of on line consumers. (2) shopping orientation, resource spent, and the reference groups partially influenced the impulsive buying behaviour tendency of on line consumers. (3) Shopping orientation, resource spent, and reference groups were able to explain 57.4% variation of impulsive buying behaviour tendency of on line consumers. (4) Shopping orientation variable is a variable that had the most dominant influence on impulsive buying behaviour tendency of on line consumers.

Keywords : shopping orientation, resource spent, reference groups, multiple regression analysis