



PEMBELIAN TIDAK TERENCANA PADA *HYPERMART*
(Studi Pada Giant Cinere Depok)

SKRIPSI

ENDY SETIAWAN 1410111097

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2019



PEMBELIAN TIDAK TERENCANA PADA *HYPERMART*
(Studi Kasus Pada Giant Cinere)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

ENDY SETIAWAN 1410111097

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2019

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Endy Setiawan

NIM. : 1410111097

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 08 Januari 2019

Yang menyatakan



Endy Setiawan

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Endy Setiawan
NIM. : 1410111097
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**PEMBELIAN TIDAK TERENCANA PADA HYPERMART
(STUDI KASUS PADA GIANT CINERE)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 08 Januari 2019

Yang menyatakan,

A green rectangular stamp with the text "METERAI TEMPEL" at the top, a serial number "FC3F9AF#595216786" in the middle, and "6000" in large numbers at the bottom. To the right of the stamp is a small emblem of the Indonesian Garuda. The stamp is partially covered by a handwritten signature in black ink.

Endy Setiawan

SKRIPSI

**PEMBELIAN TIDAK TERENCANA PADA HYPERMART
(Studi Kasus Pada Giant Cinere)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Endy Setiawan 1410111097

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 08 Januari 2019
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Dr. Prasetyo Hadi, S.E.,MM.,CFMP
Ketua Penguji

Drs. Syarif Ali, M.Si., CHRP
Penguji I

Drs. Nobelson, MM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubacdah, SE, MM
Ketua Jurusan Manajemen

Wahyudi, SE, MM
Ketua Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 08 Januari 2019

**STORE ATMOSPHERE, ATTRIBUTE PRODUCT, AND SALES
PROMOTION ON IMPULSE BUYING
(In Transmart Giant Cinere)**

By

Endy Setiawan

Abstract

This research is a quantitative that aims to determine the effect of store atmosphere, store atmosphere and bonus packaging to impulse buying. Population in this research is visitor of Transmart Carrefour Cilandak. The variables used in this research are store atmosphere, influence discounts and bonus packaging as independent variable, then impulse buying as dependent variable. The sample size was taken 75 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaires. In this research, three hypotheses will be tested using PLS (Partial Least Square) analysis tool. Based on the results of data processing with PLS (Partial Least Square) has the result that (1) Store Atmosphere has a significant influence on impulse buying with the coefficient value of 0,497. (2) influence sales promotion have no significant effect on impulse buying with the coefficient value of -0,007.. (3) attribute product has a significant influence on impulse buying with the coefficient value of 0,420

Keywords: sales promotion, impulse buying, attribute product and store atmosphere.

PEMBELIAN TIDAK TERENCANA (Studi Kasus Pada Transmart Giant Cinere)

Oleh

Endy Setiawan

Abstrak

Penelitian ini merupakan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suasana toko, atribut produk, promosi penjualan kemasan terhadap pembelian tidak terencana. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung giant Cinere Depok. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah suasana toko, Atribut produk, promosi penjualan sebagai variabel independen, kemudian pembelian tidak terencana sebagai variabel dependen. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini dikembangkan tiga hipotesis yang akan diuji menggunakan alat analisis PLS (*Partial Least Square*). Berdasarkan hasil pengolahan data dengan PLS (*Partial Least Square*) memiliki hasil bahwa (1) Suasana Toko memiliki pengaruh signifikan terhadap Pembelian Tidak Terencana dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,497. (2) Promosi Penjualan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap Pembelian Tidak Terencana dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,007. (3) Atribut Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Pembelian Tidak Terencana dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,420.

Kata Kunci: Atribut produk, Promosi Penjualan pembelian tidak terencana dan suasana toko.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GASAL TA. 2018/2019

Hari ini Selasa, tanggal 08 Januari 2019, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : ENDY SETIAWAN

No.Pokok Mahasiswa : 1410111097

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Store Atmosphere Dan Price Discout Terhadap Impluise Buying Pada Alfamart di Kota Tangerang Selatan

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguii

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M, CFMP	Ketua	1.
2	Drs. Syarif Ali, M.Si.,CHRP	Anggota I	
3	Drs. Nobelson, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat karunia-Nya hingga karya ilmiah ini telah diselesaikan. Judul yang dipilih dalam skripsi ini adalah “**Pembelian Tidak Terencana**” Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M. CFMP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta, Bapak Wahyudi, S.E., M.M. selaku Ka. Progdil S1 Manajemen. Bapak Drs. Nobelson MM dan Ibu Lina Aryani SE,MM.selaku dosen pembimbing dan kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan akademik bagi penulis selama perkuliahan.

Di samping itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Bapak Tampil Mariot Sihombing dan Ibu Karminah kedua orangtua, serta seluruh keluarga yang memberikan doa dalam menyelesaikan tugas akhir ini Willem J Van Diest dan Henny Adriana. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Ramadini, Emet, Bagus Siswano, Riyan Wahyu, Reza Romadoni, Enrico Fridho, Fanindra Adam, Panji Nugroho, Ricky Octa ,dan juga untuk Kedok Kagura, Alice, Karrie, Bruno, Harith, Lancelot, Hyabuza Serta lord dan Teman teman Seluruh Kicau mania yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat penulis.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Jakarta, 08 Januari 2019

Endy Setiawan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Pengertian Ritel	8
2.1.3 Perilaku Konsumen	11
2.1.3.1 Definisi Perilaku Konsumen	11
2.1.3.2 Faktor-Faktor Perilaku Konsumen	12
2.1.4 Pembelian Tidak Terencana	13
2.1.4.1 Pengertian Pembelian Tidak Terencana.....	13
2.1.4.2 Tipe Pembelian Tidak Terencana.....	14
2.1.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Tidak Terencana	14
2.1.4.4 Perspektif dalam Pembelian Tidak Terencana	15
2.1.4.5 Penyebab Terjadinya Pembelian Tidak Terencana	15
2.1.5 Suasana Toko	16
2.1.5.1 Pengertian Suasana Toko	16
2.1.5.2 Komunikasi Visual.....	17
2.1.5.3 Pencahayaan	17
2.1.5.4 Warna	18
2.1.5.5 Musik.....	18
2.1.5.6 Aroma.....	18
2.1.6 Produk	19

2.1.6.1	Atribute Produk	19
2.1.6.2	Kualitas Produk	20
2.1.6.3	Desain Produk	21
2.1.6.4	Kegagalan Produk	22
2.1.6.5	Kesuksesan Produk	23
2.1.7	Promosi Penjualan.....	23
2.1.7.1	Pengertian Promosi Penjualan.....	23
2.1.7.2	Tujuan Promosi	24
2.1.7.3	Fungsi Promosi.....	24
2.1.7.4	Bauran Promosi	25
2.1.7.5	Definisi Promosi Penjualan	25
2.1.7.6	Aktivitas Promosi Penjualan	26
2.1.7.7	Tujuan Promosi Penjualan	26
2.2	Kerangka Pemikiran	27
2.3	Hipotesis.....	28
BAB III	METODE PENELITIAN	29
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
3.1.1	Definisi Operasional.....	29
3.1.2	Pengukuran Variabel	30
3.2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel	30
3.2.1	Populasi	30
3.2.2	Sampel.....	30
3.3	Teknik Pengumpulan Data	31
3.3.1	Jenis Data	31
3.3.2	Sumber Data.....	31
3.3.3	Pengumpulan Data	32
3.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	33
3.4.1	Teknik Analisa Data.....	33
3.4.1.1	Cara Kerja Partial Least Square (PLS).....	33
3.4.1.2	Partial Least Square (PLS)	34
3.4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	35
3.4.3	Uji Hipotesis.....	35
3.4.3.1	Uji Signifikan Parsial (Uji t)	35
3.4.4	Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	36
3.5	Kerangka Model Penelitian.....	36
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian	38
4.1.1	Sejarah Giant	38
4.2	Deskripsi Data Penelitian	40
4.2.1	Deskripsi Data Responden	40
4.2.2	Persepsi Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	43
4.3	Uji Analisis dan UjiHipotesis.....	46

4.3.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	46
4.3.1.1	Uji Validitas Konvergen.....	48
4.3.1.2	Uji Validitas Diskriminan	50
4.3.1.3	Uji Reliabilitas.....	51
4.3.2	Model <i>Structural (InnerModel)</i>	53
4.3.2.1	<i>R Square</i>	53
4.3.2.2	<i>Q Square</i>	53
4.3.2.2	Uji t-Statistik	54
4.4	Pembahasan	56
4.4.1	Pengaruh Suasana Toko Dengan Pembelian Tidak Terencana	56
4.4.2	Pengaruh Atribut Produk Dengan Pembelian Tidak Terencana ...	57
4.4.3	Promosi Penjualan Dengan Pembelian Tidak Terencana	58
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1	Simpulan.....	59
5.2	Keterbatasan Penelitian	60
5.3	Saran.....	60
	DAFTAR PUSTAKA	62
	RIWAYAT HIDUP	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Table 1.	Peringkat Pada Global Retail Development Index (GRDI) Tahun 2017	2
Table 2.	Data Hypermarket Indonesia Tahun 2013 sampai dengan 2017...	4
Table 3.	Pengukuran Variabel	30
Table 4.	Skala Likert	32
Table 5.	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	33
Table 6.	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	35
Table 7.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	40
Table 8.	Karakteristik Responden Menurut Usia	41
Table 9.	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	41
Table 10.	Karakteristik Responden Menurut Penghasilan	42
Table 11.	Karakteristik Responden Menurut Frekuensi Berkunjung ke Giant Cinere Depok.....	43
Table 12.	Frekuensi Jawaban Responden Tentang Suasana toko (X1).....	43
Table 13.	Frekuensi Jawaban Responden Tentang Atribut Produk (X2).....	44
Table 14.	Frekuensi Jawaban Responden Tentang Promosi Penjualan (X3).....	45
Table 15.	Frekuensi Jawaban Responden Tentang Pembelian Tidak Terencana (Y)	45
Table 16.	Outer Loading Factor	49
Table 17.	Cross Loadings	50
Table 18.	Average Variance Extracted(AVE).....	51
Table 19.	Composite Reliability.....	52
Table 20.	Cronbach's Alpha.....	52
Table 21.	Nilai R Square dan R Square Adjusted	53
Table 22.	Hasil Uji t-Statistik.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jalur Distribusi Barang Dagangan.....	9
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	28
Gambar 3. Langkah-Langkah Analisis PLS.....	34
Gambar 4. Kerangka Model Penelitian	37
Gambar 5. Gambar Outer Model	47
Gambar 6. Hasil Outer Model Setelah Estimasi Kembali.....	48
Gambar 7. Inner Model	56

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data 75 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskriptif Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 7. Hasil Output Outer Model PLS
- Lampiran 8. Hasil output outer Model PLS Estimasi Kembali
- Lampiran 9. Hasil Output Model PLS Inner Model
- Lampiran 10. Hasil Output Model PLS
- Lampiran 11. T Tabel
- Lampiran 12. Surat riset