



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN
TIDAK TERENCANA PADA BISNIS RITEL TIP TOP
CIPUTAT**

SKRIPSI

DEVITA QADRINA IRAWAN 1510111153

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2019**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN
TIDAK TERENCANA PADA BISNIS RITEL TIP TOP
CIPUTAT**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

DEVITA QADRINA IRAWAN 1510111153

**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 : Devita Qadrina Irawan

NIM : 1510111153

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

Jakarta, 07 Januari 2019

Yang menyatakan,



Devita Qadrina Irawan

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Devita Qadrina Irawan
NIM. : 1510111153
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen Program Sarjana
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:

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Tidak Terencana pada Bisnis Ritel Tip Top Ciputat

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/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 : 07 Januari 2019
Yang Menyatakan,



Devita Qadrina Irawan

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN
TIDAK TERENCANA PADA BISNIS RITEL TIP TOP
CIPUTAT**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

DEVITA QADRINA IRAWAN 1510111153

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 07 Januari 2019
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



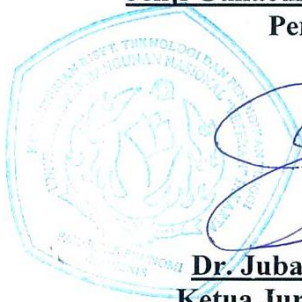
Diana Triwardhani, S.E., M.M.
Ketua Penguji



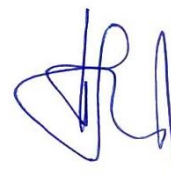
Jenji Gunaedi Argo, S.E., M.M.
Penguji I



Lina Aryani, S.E., M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Ketua Jurusan Manajemen



Wahyudi, S.E., M.M.
Ketua Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 07 Januari 2019

FACTORS AFFECTING UNPLANNED PURCHASES IN CIPUTAT'S TOP TIP RETAIL BUSINESS

By Devita Qadrina Irawan

Abstract

In the era of globalization now the business world is always developing rapidly. The development of the business encourages changes in patterns of human behavior, where in consuming goods and services, people demand practicality and comfort in meeting their needs. With the development of business and behavior patterns, Tip Top is present as one of the retail businesses in the supermarket category. This research was conducted to determine the factors that influence unplanned purchases at the Tip Top Ciputat retail business, especially in the factors of sales promotion, personal sales and store atmosphere. The population in this study were people who had shopped at Tip Top Ciputat. The sample size taken was 75 respondents, with a non probability sampling method specifically purposive sampling. Data collection is done through the distribution of questionnaires. The analysis technique used is the method of PLS (Partial Least Square) analysis. The results of this study indicate that sales promotion and personal sales have an significant influence on unplanned purchases, while store atmosphere has no effect and is not significant on unplanned purchases.

Keywords: Sales Promotion, Individual Sales, Store Atmosphere, Unplanned Purchases

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPEMPENGARUHI PEMBELIAN TIDAK TERENCANA PADA BISNIS RITEL TIP TOP CIPUTAT

Oleh Devita Qadrina Irawan

Abstrak

Pada era globalisasi kini dunia bisnis selalu berkembang secara cepat. Berkembangnya bisnis tersebut mendorong perubahan pola perilaku manusia, dimana dalam mengkonsumsi barang dan jasa masyarakat menuntut kepraktisan dan kenyamanan dalam memenuhi kebutuhannya. Dengan berkembangnya bisnis dan pola perilaku, Tip Top hadir sebagai salah satu bisnis ritel dalam kategori supermarket. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian tidak terencana pada bisnis ritel Tip Top Ciputat khususnya pada faktor promosi penjualan, penjualan perseorangan dan atmosfer toko. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang telah berbelanja di Tip Top Ciputat. Ukuran sampel yang diambil sebanyak 75 responden, dengan metode *non probability* sampling khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan promosi penjualan dan penjualan perseorangan memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian tidak terencana, sedangkan atmosfer toko tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pembelian tidak terencana.

Kata kunci : Promosi Penjualan, Penjualan Perseorangan, Atmosfer Toko,
Pembelian Tidak Terencana



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 Senin , tanggal 07 Januari 2019, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : DEVITA QADRINA IRAWAN

No.Pokok Mahasiswa : 1510111153

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Tidak Terencana Pada Bisnis Ritel TIP TOP Ciputat
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM	Ketua	1.
2	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM	Anggota I	2.
3	Lina Ariyani, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing



PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam skripsi ini adalah “**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Tidak Terencana pada Bisnis Ritel Tip Top Ciputat**”. Terimakasih penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M. CFMP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Bapak Wahyudi, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Program Sarjana serta Ibu Lina Aryani, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I dan Ibu Dra. Pusporini, M.M. dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan maupun arahan selama penelitian berjalan.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Bapak Eri Irawan dan Ibu Ana Rusmardiana selaku kedua orang tua tercinta, serta seluruh keluarga dan kerabat yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu, yang tiada hentinya memberikan peneliti semangat dan selalu mendoakan yang terbaik, agar skripsi ini berhasil diselesaikan.

Jakarta, 07 Januari 2019

Devita Qadrina Irawan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
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	7
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 Bisnis Ritel	8
2.1.3 Perilaku Konsumen	11
2.1.4 Pembelian Tidak Terencana	12
2.1.5 Promosi	14
2.1.6 Promosi Penjualan	16
2.1.7 Penjualan Perseorangan	17
2.1.8 Atmosfer Toko	20
2.2 Model Penelitian	21
2.3 Pengembangan Hipotesis	22
2.3.1 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Tidak Terencana	22
2.3.2 Pengaruh Penjualan Perseorangan Terhadap Pembelian Tidak Terencana	22
2.3.3 Pengaruh Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Tidak Terencana	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	23
3.1.1 Definisi Operasional	23
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data	25
3.3.1 Jenis Data	25
3.3.2 Sumber Data	25
3.3.3 Pengumpulan Data	25
3.4 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	27

3.4.1	Teknik Analisis Data.....	27
3.4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.4.3	Analisis Deskriptif.....	29
3.4.4	Uji Hipotesis.....	30
3.5	Kerangka Model Penelitian	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Hasil Penelitian	33
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	33
4.2	Deskripsi Data Penelitian	34
4.2.1	Deskripsi Data Responden	34
4.2.2	Analisis Data Deskriptif	35
4.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	38
4.3.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	39
4.3.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	46
4.4	Pembahasan.....	49
4.4.1	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Tidak Terencana	50
4.4.2	Pengaruh Penjualan Perseorangan Terhadap Pembelian Tidak Terencana	50
4.4.3	Pengaruh Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Tidak Terencana	51
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		51
5.1	Simpulan.....	52
5.2	Keterbatasan Penelitian	53
5.3	Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA		54
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Top Brand Award Kategori Supermarket 2017 – Fase 2	2
Tabel 2.	Pengukuran Variabel	24
Tabel 3.	Skala Likert	26
Tabel 4.	Kisi-Kisi Instrumen	26
Tabel 5.	Tingkat Realibilitas Berdasarkan Nilai Alpha	29
Tabel 6.	Peringkat Jawaban Kuesioner	29
Tabel 7.	Interpretasi Nilai Indeks Responden	30
Tabel 8.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	34
Tabel 9.	Karakteristik Responden Menurut Usia	34
Tabel 10.	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	35
Tabel 11.	Interpretasi Nilai Persentase Responden	36
Tabel 12.	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi Penjualan....	36
Tabel 13.	Jawaban Responden Terhadap Penjualan Perseorangan.....	37
Tabel 14.	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Atmosfer Toko	37
Tabel 15.	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Pembelian Tidak Terencana	38
Tabel 16.	Outer Factor Model	43
Tabel 17.	Average Variance Extracted (AVE).....	44
Tabel 18.	Fornell-Lacker Criterium	44
Tabel 19.	Composite Reliability.....	45
Tabel 20.	Cronbach's Alpha	45
Tabel 21.	R-Square.....	46
Tabel 22.	Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur	47
Tabel 23.	Hasil Uji t-Statistik.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Tren Penjualan Ritel Indonesia.....	3
Gambar 2. Perilaku Berbelanja Konsumen di Toko Ritel Modern.....	4
Gambar 3. Struktur Dasar Bisnis Ritel.....	9
Gambar 4. Proses Penjualan Perseorangan	19
Gambar 5. Model Penelitian	21
Gambar 6. Langkah-langkah Analisis PLS.....	28
Gambar 7. Kerangka Model Penelitian	32
Gambar 8. Nilai Loading Faktor Outer Model.....	40
Gambar 9. Reestiasi Nilai Loading Faktor Outer Model	42
Gambar 10. Inner Model	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Matriks Penelitian
- Lampiran 3. Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 75 Responden
- Lampiran 5. Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Deskripsi Data Interpretasi
- Lampiran 7. Hasil *Output Outer* Model 1 PLS
- Lampiran 8. Hasil *Output* Model PLS
- Lampiran 9. R Tabel dan Tabel
- Lampiran 10. Surat Riset Fakultas
- Lampiran 11. Surat Balasan Tip Top Ciputat