



**PENGARUH SUASANA TOKO, HARGA DISKON DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PEMBELIAN TIDAK
TERENCANA
(STUDI KASUS GIANT CILEDUG TANGERANG SELATAN)**

SKRIPSI

MUHAMMAD SHIDIQ PRABOWO 151011129

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



**PENGARUH SUASANA TOKO, HARGA DISKON DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PEMBELIAN TIDAK
TERENCANA
(STUDI KASUS GIANT CILEDUG TANGERANG SELATAN)**

SKRIPSI

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

MUHAMMAD SHIDIQ PRABOWO 151011129

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

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhammad Shidiq Prabowo

NIM : 1510111129

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

Jakarta, 03 Juli 2019



Yang menyatakan

Muhammad Shidiq Prabowo



Scanned with
CamScanner

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Muhammad Shidiq Prabowo
NIM. : 1510111129
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 Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh Suasana Toko, Harga Diskon dan Promosi Penjualan Terhadap
Pembelian Tidak Terencana**

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 : 03 Juli 2019

Yang Menyatakan,



Munammad Shidiq Prabowo

PENGESAHAN

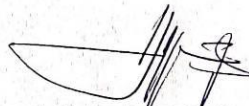
SKRIPSI

**PENGARUH SUASANA TOKO, HARGA DISKON, DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PEMBELIAN TIDAK
TERENCANA (STUDI KASUS GIANT CILEDUG
TANGERANG SELATAN)**

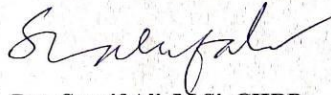
Dipersiapkan dan disusun oleh :

**MUHAMMAD SHIDIQ PRABOWO
1510111129**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal : 3 Juli 2019
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk di terima



Suharyati, SE, MM
Ketua Penguji



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



Dr. Jubadiah, S.E., M.M
Kepala Jurusan Manajemen



Yulinar, SE, MM
Penguji II (Pembimbing)



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

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 3 Juli 2019



Scanned with
CamScanner

***The Effect of Store Atmosphere, Discount Prices, and Sales Promotions on
Unplanned Purchases (Case Study of South Tangerang Giant Ciledug)***

By Muhammad Shidiq Prabowo

Abstract

This research was conducted to prove the influence of shop atmosphere, discount prices and sales promotions on unplanned purchases of case studies in South Tangerang Giant Ciledug. This study uses a visitor population who shop at South Tangerang Giant Ciledug with a sample of 75 respondents and questionnaire distribution techniques to get respondents' answers. The analytical tool used for this study is Partial Least Square 3.0 (PLS). The results of this study for the first variable, namely shop atmosphere is a coefficient of 0.134 and the results of the t-statistic test show $t_{count} 1.093 < t_{table} 1.994$ and a significant value of $0.275 > 0.05$. So that it can be concluded that the atmosphere of the store has no significant effect or in other words H1 is rejected. For the second variable, the discount price shows a coefficient of 0.306 and the statistical t-test shows the value of $t_{count} 2.834 > t_{table} 1.994$ and a significant value of $0.005 < 0.05$ so that the discount price has a significant effect on unplanned purchases or in other words H2 be accepted. For the third variable, namely sales promotion shows sales promotion has a significant effect on unplanned purchases or in other words H3 is accepted. This is indicated by the coefficient of 0.370 and the statistical t-test shows the value of $t_{count} 3.427 > t_{table} 1.994$ and a significant value of $0.001 < 0.05$.

Keywords: Store Atmosphere, Discount Prices, Sales Promotion, Unplanned Purchases

Pengaruh Suasana Toko, Harga Diskon, dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Studi Kasus Giant Ciledug Tangerang Selatan)

Oleh Muhammad Shidiq Prabowo

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan adanya pengaruh suasana toko, harga diskon dan promosi penjualan terhadap pembelian tidak terencana studi kasus pada Giant Ciledug Tangerang Selatan. Penelitian ini menggunakan populasi pengunjung yang berbelanja di Giant Ciledug Tangerang Selatan dengan sampel sebanyak 75 responden dan teknik penyebaran kuesioner untuk mendapatkan jawaban responden. Alat analisis yang digunakan untuk penelitian ini adalah Partial Least Square 3.0 (PLS). Hasil dari penelitian ini untuk variabel pertama yaitu suasana toko adalah nilai koefisien sebesar 0,134 dan hasil uji t-statistik menunjukkan thitung $1,093 < t_{tabel} 1,994$ dan nilai signifikan sebesar $0,275 > 0,05$. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa suasana toko berpengaruh tidak signifikan atau dengan kata lain H1 ditolak. Untuk variabel kedua yaitu harga diskon menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,306 dan uji t-statistik menunjukkan nilai thitung $2,834 > t_{tabel} 1,994$ dan nilai signifikan sebesar $0,005 < 0,05$ sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa harga diskon berpengaruh signifikan terhadap pembelian tidak terencana atau dengan kata lain H2 diterima. Untuk variabel ketiga yaitu promosi penjualan menunjukkan promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap pembelian tidak terencana atau dengan kata lain H3 diterima. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien 0,370 dan uji t-statistik menunjukkan nilai thitung $3,427 > t_{tabel} 1,994$ dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$.

Kata kunci: Suasana Toko, Harga Diskon, Promosi Penjualan, Pembelian Tidak Terencana

BERITA ACARA



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS 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 GENAP TA. 2018/2019

Hari ini Rabu , tanggal 03 Juli 2019, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : MUHAMMAD SHIDIQ PRABOWO

No.Pokok Mahasiswa : 1510111129

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Suasana Toko, Harga Diskon Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Studi Kasus Giant Ciledug Tangerang Selatan)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Suharyati, S.E., M.M	Ketua	1.
2	Drs. Syarif Ali, M.Si.,CHRP	Anggota I	2.
3	Yuliniar, SE, MM	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing



PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, tidak lupa juga sholawat serta salam penulis curahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, sehingga penulis bisa menyelesaikan usulan penelitian ini dengan baik . Judul yang dipilih oleh penulis dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Suasana Toko, Harga Diskon dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Studi Kasus Giant Ciledug Tangerang Selatan)”. Terimakasih penulis ucapkan kepada Bapak Drs. Munasiron Miftah, M.M selaku Pelaksana Tugas Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta dan Bapak Wahyudi, SE, M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Program Sarjana, serta Ibu Yuliniar, SE, MM selaku dosen pembimbing 1 dan Bapak Dra. Pusporini, MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah banyak memberikan bimbingan maupun arahan selama penelitian berjalan.

Disamping itu, ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada Bapak Sumarno dan Ibu Sihandayani selaku kedua orangtua tercinta, kepada teman-teman local D, serta Meliana Utami yang sudah menemani & membantu saya selama proses pembuatan skripsi, serta seluruh keluarga dan kerabat yang penulis tidak bisa sebutkan satu per satu, yang tiada hentinya memberikan penulis semangat dan selalu mendoakan yang terbaik, agar penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

Jakarta, Juli 2019

Muhammad Shidiq Prabowo

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Tinjauan Pustaka	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.2 Prinsip Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Bisnis Ritel.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.1 Pengertian Bisnis Ritel.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.2 Struktur Dasar Bisnis Ritel	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.3 Fungsi Ritel.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.4 Bauran Ritel.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.5 Keuntungan dan Kelemahan Bisnis Ritel	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.2 Tahap-Tahap Perilaku Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.3 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.4 Tujuan Perilaku Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Pembelian Tidak Terencana	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.1 Pengertian Pembelian Tidak Terencana.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.2 Kategori Pembelian Tidak Terencana	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Tak Terencana.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.4 Tipe Pembelian Impulsif.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Atmosfere Toko	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.1 Pengertian Atmosfere Toko.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.2 Rancangan Penciptaan Suasana Toko	Error! Bookmark not defined.
2.1.6 Harga Diskon.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.6.1 Pengertian Harga.....	Error! Bookmark not defined.

2.1.6.2	Tujuan Penetapan Harga	Error! Bookmark not defined.
2.1.6.3	Diskon dan Potongan Harga	Error! Bookmark not defined.
2.1.7	Promosi Penjualan	Error! Bookmark not defined.
2.1.7.1	Pengertian Promosi	Error! Bookmark not defined.
2.1.7.2	Jenis Promosi Penjualan	Error! Bookmark not defined.
2.1.7.3	Sifat Promosi Penjualan	Error! Bookmark not defined.
2.1.7.4	Tujuan Promosi Penjualan	Error! Bookmark not defined.
2.2	Model Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2.3	Pengembangan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.3.1	Suasana Toko Terhadap Pembelian Tidak Terencana	Error! Bookmark not defined.
2.3.2	Harga Diskon Terhadap Pembelian Tidak Terencana	Error! Bookmark not defined.
2.3.3	Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Tidak Terencana	Error! Bookmark not defined.

BAB III METODE PENELITIAN Error! Bookmark not defined.

3.1	Definisi Operasional dan Pengurukan Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.1.1	Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
3.2	Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.2.1	Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Jenis Data	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.3.3	Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.4	Analisa Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.1.1	Teknik Analisa Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
3.4.1.2	<i>Partial Least Square</i>	Error! Bookmark not defined.
3.4.1.3	Cara Kerja <i>Partial Least Square</i> (PLS)	Error! Bookmark not defined.
3.4.1.4	Langkah-Langkah <i>Partial Least Square</i> (PLS)	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.4.3	Uji Hipotesis	29
3.4.3.1	Uji t (Uji Signifikan Parameter Individual)	Error! Bookmark not defined.
3.4.3.2	Koefisien Determinasi (Uji R^2)	Error! Bookmark not defined.
3.5	Kerangka Model Penelitian	Error! Bookmark not defined.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 32

4.1	Deskripsi Objek Penelitian	32
4.1.1	Sejarah Giant Hypermarket PT. Hero Supermarket Tbk	Error! Bookmark not defined.2
4.2	Deskripsi Data	Error! Bookmark not defined.3
4.2.1	Deskripsi Data Responden	Error! Bookmark not defined.4
4.2.2	Analisis Data Deskriptif	Error! Bookmark not defined.5
4.3	Analisis Data Uji Hipotesis	39
4.3.1	Model Pengukuran Outer Model	39
4.3.1.1	Uji Validitas Konvergen	43
4.3.1.2	Uji Validitas Diskriminan	44
4.3.1.3	Uji Realibilitas PLS	45
4.3.2	Model Struktural (Inner Model)	46
4.3.2.1	R Square	47

4.3.2.2	Q Square	47
4.3.2.3	Uji Hipotesis	48
4.3.2.4	Uji t-statistik	48
4.4	Pembahasan	50
4.4.1	Pengaruh Suasana Toko Terhadap Pembelian Tidak Terencana	51
4.4.2	Pengaruh Harga Diskon Terhadap Pembelian Tidak Terencana	51
4.4.3	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Tidak Terencana	52
4.5	Keterbatasan Penelitian	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		54
5.1	Simpulan	54
5.2	Saran	55
DAFTAR PUSTAKA		56
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand Award Kategori Supermarket	2
Tabel 2. Pengukuran Variabel	23
Tabel 3. Skala Likert	26
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen.....	26
Table 5. Peringkat Jawaban Responden.....	27
Tabel 6. Interpretasi Nilai Indeks Responden.....	28
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	29
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 Presentase Responden	36
Tabel 12. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Suasana Toko	37
Tabel 13. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga Diskon	38
Tabel 14. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi Penjualan	39
Tabel 15. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Pembelian Tidak Terencana	39
Tabel 16. Outer Factor Model	45
Tabel 17. Fornell-Lacker Criterium	46
Tabel 18. Average Variance Extracted (AVE)	46
Tabel 19. Uji Reliabilitas	47
Tabel 20. Nilai R-Square dan R-Square Adjusted	48
Tabel 21. Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur.....	49
Tabel 22. Hasil Uji t-statistik	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Gerai PT Hero Supermarket TBK Grup (Sept 2017)	3
Gambar 2. Gerai Hero Supermarket Grup (Des 2017 & 2018)	4
Gambar 3. Perilaku Berbelanja Konsumen di Toko Ritel Modern.....	5
Gambar 4. Struktur Dasar Bisnis Ritel	9
Gambar 5. Model Penelitian	19
Gambar 6. Langkah-Langkah Analisis PLS	28
Gambar 7. Kerangka Penelitian	31
Gambar 8. Nilai Loading Factor Outer Model	41
Gambar 9. Reestimasi Nilai Loading Factor Outer Model	43
Gambar 10. Inner Model.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Matriks Penelitian
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Hasil Data Deskripsi Responden
- Lampiran 5. Data Kuesioner 75 Responden
- Lampiran 6. Hasil Analisa Deskriptif
- Lampiran 7. Kerangka Model PLS
- Lampiran 8. Hasil Output Outer Model PLS
- Lampiran 9. Hasil Reestimasi Hasil Output Outer Model PLS
- Lampiran 10. Hasil Output Inner Model PLS
- Lampiran 11. Hasil Output Model PLS
- Lampiran 12. R Tabel dan T Tabel
- Lampiran 13. Surat Riset