



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, ATMOSFER TOKO
DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP
PEMBELIAN IMPULSIF PADA KONSUMEN MATAHARI
*DEPARTMENT STORE MALL CIMANGGIS SQUARE***

SKRIPSI

FATIAH KARINA ZAHRA

1410111162

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

2018



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, ATMOSFER TOKO
DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP
PEMBELIAN IMPULSIF PADA KONSUMEN MATAHARI
*DEPARTMENT STORE MALL CIMANGGIS SQUARE***

SKRIPSI

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

FATIAH KARINA ZAHRA

1410111162

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2018**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Fatiah Karina Zahra

NIM. : 1410111162

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

Jakarta, 03 Juli 2018

Yang Menyatakan



Fatihah Karina Zahra

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Fatiah Karina Zahra
NIM. : 1410111162
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen S1
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:

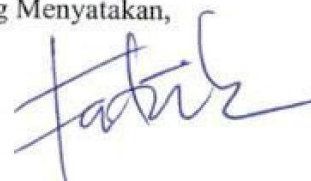
Pengaruh Promosi Penjualan, Atmosfer Toko, dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Matahari *Departement Store* Mall Cimanggis Square

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 2018

Yang Menyatakan,



Fatih Karina Zahra

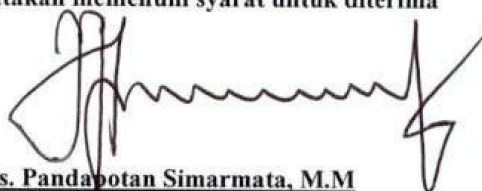
SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, ATMOSFER TOKO DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA KOSNUMEN MATAHARI DEPARTMENT STORE MALL CIMANGGIS SQUARE

Dipersiapkan dan disusun oleh:

FATIAH KARINA ZAHRA
1410111162

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal: 03 Juli 2018
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Drs. Pandapotan Simarmata, M.M
Ketua Penguji



Drs. Hariyanto Ridwan, M.M
Penguji I



Diana Triwardhani, S.E., M.M.
Penguji II (Pembimbing I)



Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Wahvudi, S.E., M.M.
Ketua Program Studi Manajemen S1

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 03 Juli 2018

**THE EFFECT OF SALES PROMOTION, STORE
ATMOSPHERE, AND HEDONIC SHOPPING MOTIVATION TO
IMPULSE BUYING ON THE CONSUMER OF MATAHARI
DEPARTMENT STORE**

By

Fatihah Karina Zahra

Abstract

The research is a quantitative research which aims to know: (1) the influence of sales promotion to impulse purchasing at Matahari Department Store consumer (2) influence of store atmosphere to impulse purchasing at consumer of Matahari Department Store (3) influence of hedonic shopping motivation toward impulse purchase at consumer Matahari Department Store. The population in this study is consumers who have made purchases at Matahari Department Store. Size of sample taken as many as 60 respondents, with method of non probability sampling especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaires. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The results of this study indicate that sales promotion has no significant effect on impulsive purchase with coefficient value of -0.048, store atmosphere has significant effect on impulsive purchasing with coefficient value of 0.771, and hedonis spending motive has no significant effect on impulsive purchasing with coefficient value of lane equal to 0.047.

Keywords: Sales Promotion, Store Atmosphere, Hedonis Shopping Motivation, Impulsive Purchase

**PENGARUH PROMISI PENJUALAN, ATMOSFER TOKO,
DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP
PEMBELIAN IMPULSIF PADA KONSUMEN MATAHARI
DEPARTMENT STORE MALL CIMANGGIS SQUARE**

Oleh

Fatihah Karina Zahra

Abstrak

Adapun penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh promosi penjualan terhadap pembelian impulsif pada konsumen Matahari Department Store (2) pengaruh atmosfer toko terhadap pembelian impulsif pada konsumen Matahari Department Store (3) pengaruh motivasi belanja hedonis terhadap pembelian impulsif pada konsumen Matahari Department Store. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Matahari *Department Store*. Ukuran sampel diambil sebanyak 60 responden, dengan metode non probability sampling khususnya purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,048, atmosfer toko berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,771, dan motivasi belanja hedonis tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,047.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Atmosfer Toko, Motivasi Belanja Hedonis, Pembelian Impulsif



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. 2017/2018

Hari ini Selasa, tanggal 03 April 2018, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : FATIAH KARINA ZAHRA

No.Pokok Mahasiswa : 1410111162

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Promosi Penjualan, Atmosfer Toko Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Impluse Buying Pada Konsumen Matahari Cimanggis Sguare

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus* / ~~*Tidak Lulus*~~ *)

Penguji

| No | Dosen Penguji | Jabatan | Tanda Tangan |
|----|-------------------------------|----------------|--------------|
| 1 | Drs. Pandapotan Simarmata, MM | Ketua | 1. |
| 2 | Drs. Hariyanto Ridwan, MM | Anggota I | 2. |
| 3 | Diana Triwardhani, SE, MM | Anggota II **) | 3. |

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing



Jakarta, 03 April 2018
Mengesahkan
A.n DEKAN
Kaprod. Manajemen S.1

Wahyudi, SE, MM

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat karunia-Nya hingga karya ilmiah ini telah diselesaikan. Judul yang dipilih dalam proposal ini adalah **“Pengaruh Promosi Penjualan, Atmosfer Toko, dan Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif”**. Maka penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., MM., CFMP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta terima kasih kepada Ibu Diana Triwardani, S.E.,MM selaku dosen pembimbing I dan Ibu Rosali, S.E., MM selaku dosen pembimbing II, Bapak Wahyudi, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, serta dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberikan kesempatan, arahan dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Di samping itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada keluarga yang memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga ucapkan terima kasih kepada Abdul Gani dan Tut Wuri Handayani yang telah sabar mendengarkan keluh kesah penulis serta memberikan semangat kepada penulis. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Resti Amelia Hakim SE, dan Alpi Gusti Anggraeny sesungguhnya teman seperjuangan yang selalu menemani penulis dan kepada Annisa H, Arliza, Desi, Pandu, Ferdiansyah, Bagus, Rakyat Omdo serta teman Manajemen angkatan2014 yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat penulis.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Jakarta, 03 Juli 2018

Fatihah Karina Zahra

DAFTAR ISI

| | |
|---|----------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | iii |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN | v |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI | viii |
| PRAKATA | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| I.1 Latar Belakang | 1 |
| I.2 Perumusan Masalah..... | 5 |
| I.3 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| I.4 Manfaat Penelitian..... | 5 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA, MODEL PENELITIAN DAN HIPOTESIS | 7 |
| II.1 Tinjauan Pustaka | 7 |
| II.1.1 Pembelian Impulsif, Promosi Penjualan, Atmosfer Toko, dan Motivasi Belanja Hedonis | 7 |
| II.1.1.1 Pembelian Impulsif | 8 |
| II.1.1.1.1 Tipe Pembelian Impulsif | 9 |
| II.1.1.1.2 Perspektif dalam Pembelian Impulsif | 10 |
| II.1.1.1.3 Penyebab terjadinya Pembelian Impulsif | 11 |
| II.1.1.2 Promosi..... | 11 |
| II.1.1.2.1 Tujuan Strategi Promosi..... | 12 |
| II.1.1.2.2 Bauran Promosi | 12 |
| II.1.1.2.3 Definisi Promosi Penjualan | 12 |
| II.1.1.2.4 Manfaat Promosi Penjualan | 13 |
| II.1.1.3 Atmosfer Toko | 14 |
| II.1.1.3.1 Komunikasi Visual..... | 15 |
| II.1.1.3.2 Pencahayaan | 16 |
| II.1.1.3.3 Warna | 17 |
| II.1.1.3.4 Musik..... | 17 |
| II.1.1.3.5 Aroma..... | 18 |
| II.1.1.4 Motivasi Belanja Hedonis | 18 |
| II.1.1.4.1 Katagori Motivasi Hedonis | 19 |
| II.1.2 Promosi Penjualan dan Pembelian Impulsif..... | 21 |
| II.1.3 Atmosfer Toko dan Pembelian Impulsif | 21 |
| II.1.4 Motivasi Belanja Hedonis dan Pembelian Impulsif | 21 |

| | | |
|----------------|---|-----------|
| II.2 | Model Penelitian | 22 |
| II.3 | Hipotesis..... | 23 |
| BAB III | METODE PENELITIAN | 24 |
| III.1 | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 24 |
| III.1.1 | Definisi Operasional..... | 24 |
| III.1.2 | Pengukuran Variabel | 24 |
| III.2 | Metode Penentuan Populasi dan Sampel | 25 |
| III.2.1 | Populasi | 25 |
| III.2.2 | Sampel..... | 25 |
| III.3 | Teknik Pengumpulan Data | 26 |
| III.3.1 | Jenis Data | 26 |
| III.3.2 | Sumber Data..... | 27 |
| III.3.3 | Pengumpulan Data | 27 |
| III.4 | Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis | 28 |
| III.4.1 | Teknik Analisis Data..... | 28 |
| III.4.1.1 | Analisis Deskriptif..... | 28 |
| III.4.1.2 | Uji Validitas dan Reliabilitas | 29 |
| III.4.1.3 | <i>Partial Least Square (PLS)</i> | 30 |
| III.4.1.4 | Cara Kerja <i>Partial Least Square (PLS)</i> | 31 |
| III.4.2 | Uji Hipotesis..... | 31 |
| III.4.2.1 | Uji Signifikan Parsial (Uji t) | 31 |
| III.4.2.2 | Koefisien Determinasi (Uji R^2)..... | 31 |
| III.5 | Kerangka Model Penelitian..... | 32 |
| BAB IV | HASIL DAN PEMBAHASAN | 34 |
| IV.1 | Deskripsi Obyek Penelitian..... | 34 |
| IV.1.1 | Sejarah PT Matahari <i>Department Store Tbk</i> | 34 |
| IV.1.2 | Deskripsi Data | 35 |
| IV.1.2.1 | Deskripsi Data Responden | 35 |
| IV.1.2.2 | Analisis Deskriptif..... | 39 |
| IV.1.3 | Analisis Data dan Uji Hepotesis..... | 43 |
| IV.1.3.1 | Uji Validitas dan Reliabilitas | 43 |
| IV.1.3.2 | Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 44 |
| IV.1.3.3 | Uji Validitas Konvergen..... | 47 |
| VI.1.3.4 | Uji Validitas Diskriminan | 48 |
| VI.1.3.5 | Uji Reliabilitas..... | 49 |
| VI.1.3.6 | Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 50 |
| IV.1.3.7 | <i>R Square</i> | 50 |
| IV.1.3.8 | <i>Q Square</i> | 51 |
| IV.1.3.9 | Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>) | 52 |
| IV.1.3.10 | Uji t-Statistik | 52 |
| IV.2 | Pembahasan..... | 54 |
| IV.2.1 | Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif | 54 |
| VI.2.2 | Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Pembelian Impulsif..... | 55 |
| VI.2.3 | Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif | 55 |
| IV.3 | Keterbatasan Penelitian | 56 |

| | | |
|-----------------------------|---------------------------------|-----------|
| BAB V | SIMPULAN DAN SARAN | 57 |
| V.1 | Simpulan..... | 57 |
| V.2 | Saran..... | 58 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 59 |
| RIWAYAT HIDUP | | |
| LAMPIRAN | | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|--|----|
| Tabel 1. | <i>Top Brand Award Retail</i> | 3 |
| Tabel 2. | Skala Likert | 27 |
| Tabel 3. | Kisi-Kisi Instrumen Penelitian | 28 |
| Tabel 4. | Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha | 30 |
| Tabel 5. | Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin..... | 36 |
| Tabel 6. | Karakteristik Responden Menurut Usia | 36 |
| Tabel 7. | Karakteristik Responden Menurut Status Pekerjaan | 36 |
| Tabel 8. | Karakteristik Responden Menurut Pendapatan Perbulan..... | 37 |
| Tabel 9. | Karakteristik Responden Menurut Pengeluaran Sekali Berbelanja . | 37 |
| Tabel 10. | Karakteristik Responden Menurut Frekuensi Berkunjung Perbulannya | 38 |
| Tabel 11. | Interprstasi Nilai Indeks Responden | 39 |
| Tabel 12. | Hasil Jawaban Responden Tentang Promosi Penjualan (X_1)..... | 39 |
| Tabel 13. | Hasil Jawaban Responden Tentang Atmosfer Toko (X_2) | 40 |
| Tabel 14. | Hasil Jawaban Responden Tentang Motivasi Belanja Hedonis (X_3)..... | 41 |
| Tabel 15. | Hasil Jawaban Responden Tentang Pembelian Impulsif (Y)..... | 42 |
| Tabel 16. | <i>Outer Loading Factor</i> | 47 |
| Tabel 17. | <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 48 |
| Tabel 18. | <i>Composite Reliability</i> | 49 |
| Tabel 19. | <i>Cronbach's Alpha</i> | 50 |
| Tabel 20. | Nilai <i>R Square</i> dan <i>R Square Adjusted</i> | 50 |
| Tabel 21. | Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur | 52 |
| Tabel 22. | Hasil Uji t-Statistik..... | 53 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Perilaku Belanja Konsumen di Toko Ritel Modern | 3 |
| Gambar 2. Kerangka Model Penelitian | 23 |
| Gambar 3. Langkah-Langkah Analisis PLS..... | 30 |
| Gambar 4. Kerangka Model Penelitian | 33 |
| Gambar 5. Gambar <i>Outer Model</i> | 45 |
| Gambar 6. Gambar <i>Outer Model</i> Setelah Re-estimasi..... | 46 |
| Gambar 7. <i>Inner Model</i> | 54 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2 Matriks Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 1 Data Kuesioner 60 Responden
- Lampiran 5 Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6 Hasil Persepsi Responden Terhadap Variabel Penelitian
- Lampiran 7 Hasil Output *Outer Model PLS*
- Lampiran 8 Hasil Output Inner Model *PLS*
- Lampiran 9 Hasil *Output Model PLS*
- Lampiran 10 R Tabel dan T Tabel