

# **ANALYSIS OF IMPULSIVE PURCHASE FACTORS AT MATAHARI DEPARTMENT STORE CILANDAK TOWN SQUARE**

**Dinda Shelma Alviana**

## ***Abstract***

*This research is a quantitative qualitative research that aims to determine the effect of hedonist shopping and shop prices on impulse buying through shopping lifestyle. Population in this research is consumer of Matahari Department Store Cilandak Town Square. The sample size was taken by 75 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection is done through questionnaires. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The results of this study show that (1) The value of hedonic expenditure directly and significantly affect the impulsive purchase with the coefficient value of 0.436 lanes. (2) The store atmosphere has a direct and significant effect on impulse purchasing with coefficient value of 0,357. (3) The value of hedonic expenditure does not have an indirect and insignificant effect on impulse purchases through the shopping lifestyle with a coefficient value of 0.104. (4) The store atmosphere has no indirect and insignificant effect on impulse purchasing through shopping lifestyle with lane coefficient value of 0,035. (5) The shopping lifestyle has no direct and insignificant effect with the path coefficient value of 0.164.*

*Keyword : Impulse Buying, Shopping Lifestyle, Store Atmosphere, And Hedonic Shopping Value.*

# ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PEMBELIAN IMPULSIF PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE CILANDAK TOWN SQUARE

Dinda Shelma Alviana

## Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dikuantitatifkan yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai belanja hedonis dan suasana toko terhadap pembelian impulsif melalui gaya hidup berbelanja. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Matahari *Department Store Cilandak Town Square*. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Nilai belanja hedonis berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap pembelian impulsif dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,436. (2) Suasana toko berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap pembelian impulsif dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,357. (3) Nilai belanja hedonis tidak berpengaruh secara tidak langsung dan tidak signifikan terhadap pembelian impulsif melalui gaya hidup berbelanja dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,104. (4) Suasana toko tidak berpengaruh secara tidak langsung dan tidak signifikan terhadap pembelian impulsif melalui gaya hidup berbelanja dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,035. (5) Gaya hidup berbelanja tidak berpengaruh secara langsung dan tidak signifikan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,164.

Kata Kunci: Pembelian Impulsif, Gaya Hidup Berbelanja, Suasana Toko Dan Nilai Belanja Hedonis.