

Pengaruh Diskon Harga, Suasana Toko, Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Tip Top Cabang Kota Depok

Oleh

Rizky Aditya Pratama

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh diskon harga, suasana toko, motivasi belanja hedonis terhadap pembelian impulsif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Tip Top cabang Kota Depok. Ukuran sampel diambil sebanyak 80 orang 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*) dengan *software SmartPLS3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) diskon harga berpengaruh signifikan secara langsung terhadap pembelian impulsif dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,434. (2) suasana toko berpengaruh signifikan negatif terhadap pembelian impulsif dengan nilai koefisien jalur sebesar -0.371. (3) motivasi belanja hedonis berpengaruh signifikan secara langsung terhadap pembelian impulsif dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.804.

Kata Kunci: Diskon Harga, Suasana Toko, Motivasi Belanja Hedonis, dan Pembelian Impulsif.

The Influence Of Price Discounts, Store Atmosphere, Hedonic Shopping Motivation On Impulse Buying Of Tip Top At Depok City

By

Rizky Aditya Pratama

Abstract

This research is quantitative aims to understand the influence of price discounts, store atmosphere, hedonic shopping motivation of Tip Top. A population that used to research this is citizen of districts Depok. Size sample taken 80 respondents. Technique the determination of sample uses the method purposive sampling. Analysis techniques used is partial least square. The result of this research showed that (1) price discounts has a significant influence on the impulse buying with the coefficients the value of 0,434. (2) store atmosphere has a significant negative effect on the impulse buying with the coefficients the value of -0,371. (3) hedonic shopping motivation has a significant influence on impulse buying with the coefficients the value of 0.804.

Keywords: Price Discounts, Store Atmosphere, Hedonic Shopping Motivation, Impulse Buying