



**PENGARUH SUASANA TOKO, POTONGAN HARGA, BONUS
KEMASAN TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERENCANA
(STUDI KASUS PADA TRANSMART CARREFOOR
CILANDAK)**

SKRIPSI

ERFAN ANDRE ISTIANTO 1410111032

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



**PENGARUH SUASANA TOKO, POTONGAN HARGA, BONUS
KEMASAN TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERENCANA
(STUDI KASUS PADA TRANSMART CARREFOOR
CILANDAK)**

SKRIPSI

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

ERFAN ANDRE ISTIANTO 1410111032

**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 : Erfan Andre Istianto

NIM. : 1410111032

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

Jakarta, 8 Januari 2019

Yang menyatakan,



Erfan Andre Istianto

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Erfan Andre Istianto
NIM. : 1410111032
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:

**Pengaruh Suasana Toko, Potongan Harga, Bonus Kemasan Terhadap Pembelian Tidak
Terencana
(Studi Kasus Pada Transmart Carrefour Cilandak)**

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 : 8 Januari 2019

Yang Menyatakan,



Erfan Andre Istianto

SKRIPSI

PENGARUH SUASANA TOKO, POTONGAN HARGA, BONUS KEMASAN TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERENCANA (STUDI PADA TRANSMART CARREFOUR CILANDAK)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ERFAN ANDRE ISTIANTO 1410111032

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 08 Januari 2019
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dra. Bernadin Dwi, MM
Ketua Penguji



Dra. Heni Nastiti, MM
Penguji I



Diana Triwardhani, SE, MM
Penguji II (Pembimbing I)



Dr. Jubaedah, SE, MM
Ketua Jurusan Manajemen



Wahyudi, SE, MM
Ketua Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 08 Januari 2019

**STORE ATMOSPHERE, INFLUENCE DISCOUNTS, AND
BONUS PACKAGING ON IMPULSE BUYING
(In Transmart Carrefour Cilandak)**

By Erfan Andre Istianto

Abstract

This research is a quantitative that aims to determine the effect of store atmosphere, store atmosphere and bonus packaging to impulse buying. Population in this research is visitor of Transmart Carrefour Cilandak. The variables used in this research are store atmosphere, influence discounts and bonus packaging as independent variable, then impulse buying as dependent variable. The sample size was taken 75 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaires. In this research, three hypotheses will be tested using PLS (Partial Least Square) analysis tool. Based on the results of data processing with PLS (Partial Least Square) has the result that (1) Store Atmosphere has a significant influence on impulse buying with the coefficient value of 0,497. (2) influence discounts have no significant effect on impulse buying with the coefficient value of -0,007. (3) Bonus Packaging has a significant influence on impulse buying with the coefficient value of 0,420

Keywords: Bonus Packaging, Impulse Buying, Influence Discounts And Store Atmosphere.

PENGARUH SUASANA TOKO, POTONGAN HARGA, BONUS KEMASAN TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERENCANA (STUDI KASUS PADA TRANSMART CARREFOOR CILANDAK)

Oleh Erfan Andre Istianto

Abstrak

Penelitian ini merupakan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suasana toko, potongan harga dan bonus kemasan terhadap pembelian tidak terencana. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Transmart Carrefour Cilandak. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah suasana toko, potongan harga dan bonus kemasan sebagai variabel independen, kemudian pembelian tidak terencana sebagai variabel dependen. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini dikembangkan tiga hipotesis yang akan diuji menggunakan alat analisis PLS (*Partial Least Square*). Berdasarkan hasil pengolahan data dengan PLS (*Partial Least Square*) memiliki hasil bahwa (1) Suasana Toko memiliki pengaruh signifikan terhadap Pembelian Tidak Terencana dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,497. (2) Potongan Harga memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap Pembelian Tidak Terencana dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,007. (3) Bonus Kemasan memiliki pengaruh signifikan terhadap Pembelian Tidak Terencana dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,420.

Kata Kunci: Bonus Kemasan, Potongan Harga, Pembelian Tidak Terencana Dan Suasana Toko.



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 Selasa, tanggal 08 Januari 2019, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : ERFAN ANDRE ISTIANTO

No.Pokok Mahasiswa : 1410111032

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Suasana Toko, Potongan Harga, Bonus Kemasan Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Studi Kasus Pada Transmart Carrefour Cilandak)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus**)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. Bernadin Dwi, MM	Ketua	1.
2	Dra. Heni Nastiti, MM	Anggota I	2.
3	Diana Triwardhani, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat karunia-Nya hingga karya ilmiah ini telah diselesaikan. Judul yang dipilih dalam skripsi ini adalah **“Pengaruh Suasana Toko, Potongan Harga, Bonus Kemasan Terhadap Pembelian Tidak Terencana Studi Kasus Pada Transmart Carrefour Cilandak** Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M. CFMP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta, Bapak Wahyudi, S.E., M.M. selaku Ka. Progdil S1 Manajemen. Ibu Diana Triwardhani, dan Ibu Dra. Pusporini, MM. selaku dosen pembimbing dan kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan akademik bagi penulis selama perkuliahan.

Di samping itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Bapak Lukito dan Ibu Istrini selaku kedua orangtua, serta seluruh keluarga yang memberikan doa dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada M Rusli, Bagus Siswano, Riyan Wahyu, Reza Romadoni, Enrico Fridho, Fanindra Adam, Panji Nugroho, Ricky Octa, M. Yunus, Diadz Elmanda, Jesslyn Ludwinia Sutanto, Denny Alfian, Wahyu Tri, Ilham Fatoni. dan juga untuk Kedok Squad, Extra susu, 011 Savatsa, 3 mas ketir dan Teman teman S1 Manajemen 2014 yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat penulis.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Jakarta, 08 Januari 2019

Erfan Andre Istianto

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
LEMBAR 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 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA, MODEL PENELITIAN, HIPOTESIS	 7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Pengertian Ritel.....	7
2.1.1.2 Keuntungan Dan Kelemahan Bisnis Ritel.....	9
2.1.2 Perilaku Konsumen	9
2.1.2.1 Definisi Perilaku Konsumen	9
2.1.3 Pembelian Tidak Terencana.....	10
2.1.3.1 Pengertian Pembelian Tidak Terencana.....	10
2.1.3.2 Tipe Pembelian Tidak terencana	11
2.1.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Tidak Terencana.....	12
2.1.3.4 Perspektif dalam Pembelian Tidak Terencana.....	12
2.1.3.5 Penyebab Terjadinya Pembelian Tidak Terencana	13
2.1.4. Suasana Toko	13
2.1.4.1 Pengertian Suasana Toko	13
2.1.4.2 Komunikasi Visual.....	14
2.1.4.3 Pencahayaan.....	15
2.1.4.4 Warna	16
2.1.4.5 Musik	16
2.1.4.6 Aroma.....	17
2.1.5 Potongan Harga	17
2.1.5.1 Pengertian Potongan Harga.....	17
2.1.6 Bonus Kemasan.....	20

2.1.6.1	Pengertian Bonus Kemasan.....	20
2.2	Model Penelitian	22
2.2.1	Pengaruh susunan toko terhadap pembelian tidak terencana	22
2.2.2	Pengaruh potongan harga terhadap pembelian tidak terencana	22
2.2.3	Pengaruh bonus kemasan terhadap pembelian tidak terencana	23
2.3	Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
3.1.1	Definisi Operasional.....	25
3.1.2	Pengukuran Variabel	26
3.2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel	26
3.2.1	Populasi.....	26
3.2.2	Sampel.....	27
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.3.1	Jenis Data	28
3.3.2	Sumber Data.....	28
3.3.2.1	Data Primer	28
3.3.3	Pengumpulan Data	28
3.4	Teknik Analisis Data.....	30
3.4.1.	Analisis Deskriptif	30
3.4.2	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	31
3.4.2.1	Cara Kerja <i>Partial Least Square (PLS)</i>	31
3.4.2.2	Langkah-Langkah <i>PLS</i>	31
3.4.3	<i>Inner Model</i>	32
3.4.4	<i>Outer Model</i>	32
3.4.5	Konstruksi Diagram Jalur	32
3.4.6	Konversi Diagram Jalur ke Sistem.....	33
3.4.7	Estimasi.....	34
3.4.8	Evaluasi	34
3.4.10	Uji Validitas dan Reliabilitas	34
3.4.11	Uji Hipotesis	35
3.4.11.1	Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	35
3.4.12	Uji Koefesien Determinasi (R^2)	36
3.4.13	Uji Q Square.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	37
4.1.1	Sejarah Carrefour	37
4.2	Deskripsi Data Penelitian.....	38
4.2.1	Deskripsi Data Responden	38
4.2.2	Persepsi Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	41
4.3.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	44
4.3	Uji Analisis dan Uji Hipotesis	46
4.3.1.1	Uji Validitas Konvergen	46
4.3.1.2	Uji Validitas Diskriminan	47
4.3.1.3	Uji Reliabilitas	49
4.3.2	Model <i>Structural (Inner Model)</i>	50

4.3.2.1	<i>R Square</i>	50
4.3.2.2	<i>QSquare</i>	51
4.3.2.3	Uji t-Statistik	52
4.4	Pembahasan.....	53
4.4.1	Pengaruh Suasana Toko Dengan Pembelian Tidak Terencana.....	54
4.4.2	Pengaruh Potongan Harga Dengan Pembelian Tidak Terencana	54
4.4.3	Pengaruh Bonus Kemasan Dengan Pembelian Tidak Terencana	55
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		57
5.1	Simpulan	57
5.2	Keterbatasan Penelitian	57
5.3	Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA		59
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Peringkat Pada Global Retail Development Index (GRDI) Tahun 2016...	2
Tabel 2. Data Hypermarket Indonesia Tahun 2013 sampai dengan 2017	4
Tabel 3. Pengukuran variabel.....	26
Tabel 4. Skala Ordinal.....	29
Tabel 5. Kisi-kisi Instrumen.....	29
Tabel 6. Peringkat Jawaban Kuesioner	30
Tabel 7. Interpretasi Nilai Presentase Responden	30
Tabel 8. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	39
Tabel 9. Karakteristik Responden Menurut Usia	39
Tabel 10. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	40
Tabel 11. Karakteristik Responden Menurut Penghasilan	40
Tabel 12. Karakteristik Responden Menurut Frekuensi	41
Tabel 13. Peringkat Jawaban Kuesioner	41
Tabel 14. Interpretasi Nilai Presentase Responden	42
Tabel 15. Indeks Jawaban Responden Tentang Suasana toko (X1)	42
Tabel 16. Indeks Jawaban Responden Tentang potongan harga (X2)	42
Tabel 17. Indeks Jawaban Responden Tentang Bonus Kemasan (X3).....	43
Tabel 18. Indeks Jawaban Responden Tentang Pembelian Tidak Terencana (Y)	44
Tabel 19. <i>Outer Loading Factor</i>	47
Tabel 20. <i>Cross Loadings</i>	47
Tabel 21. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	48
Tabel 22. <i>Composite Reliability</i>	49
Tabel 23. <i>Cronbach's Alpha</i>	50
Tabel 24. Nilai <i>R Square</i> dan <i>R Square Adjusted</i>	50
Tabel 25. Hasil Uji t-Statistik.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jalur Distribusi Barang Dagangan.....	8
Gambar 2. Model Penelitian	23
Gambar 3. Langkah-langkah Analisis PLS	32
Gambar 4. Konstruk Diagram Jalur	33
Gambar 5. Gambar <i>Outer Model</i>	45
Gambar 6. Hasil Outher Model Setelah Estimasi Kembali.....	46
Gambar 7. Inner Mode	53

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Martiks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 75 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Deskripsi Data Penelitian
- Lampiran 7. Hasil Output *Outer Model* PLS
- Lampiran 8. Hasil Output *Inner Model* PLS
- Lampiran 9. Hasil Output Model PLS
- Lampiran 10. t Tabel
- Lampiran 11. Surat Riset