



**PENGARUH SUASANA TOKO DAN MOTIVASI BELANJA
HEDONIS TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN
IMPULSIF PELANGGAN ALFAMART
CABANG PENGASINAN - DEPOK**

SKRIPSI

HENDRI KUSUMA WIJAYA

1310111111

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2017**



**PENGARUH SUASANA TOKO DAN MOTIVASI BELANJA
HEDONIS TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN
IMPULSIF PELANGGAN ALFAMART
CABANG PENGASINAN - DEPOK**

SKRIPSI

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

HENDRI KUSUMA WIJAYA

1310111111

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Hendri Kusuma Wijaya

NIM. : 1310111111

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

Jakarta, 21 Juni 2017

Yang Menyatakan



Hendri Kusuma Wijaya

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Hendri Kusuma Wijaya
NIM. : 1310111111
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 Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh Suasana Toko Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pelanggan Alfamart Cabang Pengasinan - Depok

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 : 21 Juni 2017

Yang Menyatakan,



Hendri Kusuma Wijaya

PENGESAHAN

PENGARUH SUASANA TOKO DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PELANGGAN ALFAMART CABANG PENGASINAN - DEPOK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

HENDRI KUSUMA WIJAYA

1310111111

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal: 21 Juni 2017
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Tati Handayani, S.E., M.M.

Ketua Penguji



Diana Tiwardhani, S.E., M.M.
Penguji I (Pembimbing I)

Dr. Prasetyo Hadi, SE., M.M., CFMP.
Dekan



Dwi Siti Tjiptaningsih, S.E., M.M.
Penguji II (Pembimbing II)



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

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 21 Juni 2017



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.uprvj.ac.id> Email : puskom@uprvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2016/2017

Hari ini Rabu , tanggal 21 Juni 2017, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : HENDRI KUSUMA WIJAYA

No.Pokok Mahasiswa : 1310111111

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

PENGARUH SUASANA TOKO DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PELANGGAN ALFAMART CABANG PENGASINAN - DEPOK

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

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Tati Handayani, SE, MM	Ketua	1.
2	Diana Triwardhani, SE, MM	Anggota I	2.
3	Dwi Siti Tjiptaningsih, SE, MM	Anggota II **	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing



Pengaruh Suasana Toko Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pelanggan Alfamart Cabang Pengasinan - Depok

Oleh

Hendri Kusuma Wijaya

Abstrak

Pengembangan pola berbelanja masyarakat yang kini lebih suka berbelanja di gerai ritel modern menyebabkan terciptanya persaingan pesat pada bisnis ritel. Sebagai salah satu usaha ritel modern, Alfamart harus memiliki keunggulan untuk dapat bersaing dan bertahan di bisnis tersebut. Alfamart sendiri merupakan salah satu perusahaan ritel di Indonesia. Perusahaan Alfamart menyediakan berbagai barang-barang kebutuhan pokok dengan harga yang cukup terjangkau. Perusahaan inilah yang digunakan sebagai objek penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh suasana toko dan motivasi belanja hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif pelanggan Alfamart cabang Pengasinan, Depok. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 75 responden. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel suasana toko berpengaruh secara parsial terhadap perilaku pembelian impulsif dan variabel motivasi belanja hedonis secara parsial berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif.

Kata Kunci : Suasana Toko, Motivasi Belanja Hedonis, Perilaku Pembelian Impulsif

***The Influence Of Store Atmosphere And Hedonic Shopping
Motivation Against Impulsive Customer Purchase Attitudes
Alfamart Pengasinan – Depok***

By

Hendri Kusuma Wijaya

Abstract

The development of shopping patterns of people who now prefer to shop at modern retail outlets led to the creation of competition in retail business. As one of the modern retail business, Alfamart must have the advantage to be able to compete and survive in the business. Alfamart itself is one of the retail companies in Indonesia. Alfamart Company provides a variety of staple goods at affordable prices. This company is used as a research object. This study aims to explain the influence of store atmosphere and hedonis shopping motivation to the purchase of impulsive merchants Alfamart branches Pengasinan, Depok. The sample used in this research is 75 respondents. The technique of determining the sample using purposive sampling method. The analysis technique used is multiple regression. The results of this study indicate that store atmosphere variables partially influence the purchase of impulsive and hedonis expenditure motivation variables partially affect the purchase of impulsive behavior.

Keywords: Store Atmosphere, Hedonic Shopping Motivation, Impulsive Buying Behavior

PRAKATA

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Suasana Toko dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pelanggan Alfamart Cabang Pengasinan, Depok”. Shalawat sera salam semoga tercurahkan kepada baginda nabi besar Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari zaman kegelapan hingga zaman yang terang berderang ini.

Peneliti sangat bersyukur atas selesainya penyusunan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Penulis menyadari betul bahwa penulisan skripsi ini tidak dapat disusun tanpa bantuan pihak-pihak lain. Oleh karena itu, penulis akan menyampaikan terima kasih kepada segenap pihak-pihak tersebut, yang diantaranya adalah:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Suhaer Be'eng dan Ibu Nurhasanah, serta kakak tercinta Yusri Khoiriah. Yang selalu mendoakan peneliti tanpa henti, dan tidak pernah lelah memotivasi, mengingatkan dan mendukung peneliti baik secara moril maupun material.
2. Bapak Wahyudi, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Ibu Diana Triwardani, S.E., M.M selaku dosen Pembimbing I, terima kasih telah berkenan meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing peneliti, yang telah bersedia memberikan motivasi, tambahan ilmu arahan dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dwi Siti Tjiptaningsih, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II, terima kasih telah berkenan meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing peneliti, yang telah bersedia memberikan motivasi,

tambahan ilmu arahan dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.

5. Ibu Tati Handayani, S.E., M.M dan Bapak Drs. Nurmatias, M.M, CFMP, selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah bersedia memberikan motivasi, banyak ilmu dan solusi selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Bapak/ Ibu dosen dan Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan dan membantu penulis.
7. Teman-teman seperjuangan Manajemen 2013 dan keluarga besar SMOKAR 2013 yang telah memberikan banyak warna kepada penulis di kampus, terima kasih banyak untuk kebersamaannya.
8. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah banyak membantu dan memberi masukan serta inspirasi bagi penulis, suatu kebahagiaan telah dipertemukan dan diperkenalkan dengan kalian semua, terima kasih banyak.

Akhir kata, penulis memahami bahwasannya tak ada satu pun di dunia ini yang sempurna, tak terkecuali skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kepada pembaca berkenan memberikan saran yang membangun guna memberikan koreksi pada skripsi ini dan diadakan perbaikan untuk penulis berikutnya.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb

Jakarta, 21 Juni 2017

Hendri Kusuma Wijaya

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Manfaat Penelitian	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 7
II.1 Hasil Penelitian Terdahulu	7
II.2 Landasan Teori	12
II.2.1 Pemasaran Ritel	12
II.2.1.1 Definisi Pemasaran Ritel	12
II.2.1.2 Karakteristik Bisnis Ritel	12
II.2.1.3 Jenis-Jenis Bisnis Ritel	13
II.2.2 Perilaku Pembelian Impulsif	13
II.2.2.1 Definisi Pembelian Impulsif	13
II.2.2.2 Tipe Pembelian Impulsif	14
II.2.2.3 Penyebab Terjadinya Pembelian Impulsif	15
II.2.2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif	15
II.2.3 Suasana Toko	17
II.2.3.1 Definisi Suasana Toko	17
II.2.3.2 Penciptaan Suasana	17
II.2.4 Motivasi Belanja Hedonis	19
II.2.4.1 Definisi Motivasi Belanja Hedonis	19
II.2.4.2 Kategori Motivasi Belanja Hedonis	19
II.3 Kerangka Pemikiran	20
II.4 Pengembangan Hipotesis	21
II.4.1 Pengaruh Suasana Toko Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif ..	22
II.4.2 Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif	22

BAB III	METODE PENELITIAN	23
III.1	Operasi dan Pengukuran Variabel	23
III.1.1	Definisi Operasional	23
III.1.2	Pengukuran Variabel	24
III.2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel	24
III.2.1	Populasi	24
III.2.2	Sampel	25
III.3	Teknik Pengumpulan Data	25
III.3.1	Jenis Data	25
III.3.2	Sumber Data	25
III.3.3	Pengumpulan Data	26
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	27
III.4.1	Teknik Analisis Data	27
III.4.1.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	27
III.4.1.2	Uji Asumsi Klasik	28
III.4.2	Uji Hipotesis	30
III.4.2.1	Uji t	30
III.4.2.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	31
III.5	Kerangka Model Penelitian	32
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	33
IV.1.	Hasil Penelitian	33
IV.1.1.	Deskripsi Objek Penelitian	33
IV.2	Deskripsi Data Responden	34
IV.3	Deskriptif Hasil Penelitian	36
IV.4	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	38
IV.4.1	Uji Validitas	38
IV.4.2	Uji Realibilitas	42
IV.5	Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis	43
IV.5.1	Uji Normalitas	43
IV.5.2	Uji Heteroskedastisitas	45
IV.5.3	Uji Multikolinearitas	46
IV.5.4	Uji Linearitas	46
IV.6	Uji t	48
IV.8	Uji Koefisien Determinasi	49
IV.9	Pembahasan	50
IV.10	Keterbatasan penelitian	52
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	53
V.1	Simpulan	53
V.2	Saran	53
DAFTAR PUSTAKA		54
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Top Brand Award Kategori Retail 2016.....	3
Tabel 2.	Data Pengunjung dan Gerai PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Periode 2014 – 2016.....	3
Tabel 3.	Data Penjualan PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk	3
Tabel 4.	Matriks Penelitian Sebelumnya Terkait Dengan Perilaku Pembelian Impulsif	11
Tabel 5.	Pengukuran Variabel	24
Tabel 6.	Skala <i>Liker</i>	26
Tabel 7.	Kisi-kisi Instrumen Penelitian	26
Tabel 8.	Tingkat Realibilitas Berdasarkan Nilai <i>Alpha</i>	28
Tabel 9.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	34
Tabel 10.	Karakteristik Responden Menurut Usia	35
Tabel 11.	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	35
Tabel 12.	Karakteristik Responden Menurut Frekuensi Berkunjung per- Bulannya.....	35
Tabel 13.	Karakteristik Responden Menurut Pengeluaran Dalam Sekali Belanjanya	36
Tabel 14.	Skala Likert Deskripsi Objek Penelitian	36
Tabel 15.	Jumlah Bobot Butir Kuesioner 1 – 10 Suasana Toko	37
Tabel 16.	Jumlah Bobot Butir Kuesioner 11 – 22 Motivasi Belanja Hedonis.....	37
Tabel 17.	Jumlah Bobot Butir Kuesioner 23 – 28 Perilaku Pembelian Impulsif	38
Tabel 18.	Validitas Suasana Toko	39
Tabel 19.	Validitas Butir Pernyataan Suasana Toko	39
Tabel 20.	Validitas Motivasi Belanja Hedonis.....	40
Tabel 21.	Validitas Butir Pernyataan Motivasi Belanja Hedonis.....	40
Tabel 22.	Validitas Perilaku Pembelian Impulsif.....	41
Tabel 23.	Validitas Butir Pernyataan Perilaku Pembelian Impulsif.....	41
Tabel 24.	Uji Realibilitas Suasana Toko	42
Tabel 25.	Realibilitas Motivasi Belanja Hedonis	43
Tabel 26.	Realibilitas Perilaku Pembelian Impulsif	43
Tabel 27.	Normality Kolmogorov-Smirnov ^a	44
Tabel 28.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 29.	Hasil Uji Linearitas Suasana Toko.....	47
Tabel 30.	Hasil Uji Linearitas Motivasi Belanja Hedonis.....	47
Tabel 31.	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)	48
Tabel 32.	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 2. Kerangka Model Penelitian.....	32
Gambar 3. Hasil Uji Normalitas.....	44
Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas	45

LAMPIRAN

Lampiran 1	Data Penduduk Kota Depok 2013-2014
Lampiran 2	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 3	Data Validitas dan Reliabilitas 30 Responden
Lampiran 4	Data Kuesioner 75 Responden
Lampiran 5	Hasil <i>Output</i> Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
Lampiran 6	Hasil Uji Frekuensi
Lampiran 7	Hasil <i>Output</i> Uji Asumsi Klasik
Lampiran 8	Hasil <i>Output</i> Uji Regresi Berganda
Lampiran 9	r Tabel
Lampiran 10	t Tabel <i>Product Moment</i>
Lampiran 11	Surat Riset