



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *IMPLUSE*
BUYING PADA INDOMARET HYBRID
KEBAGUSAN RAYA**

SKRIPSI

**TEGUH PANGESTU
1310111115**

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



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *IMPLUSE*
BUYING PADA INDOMARET HYBRID
KEBAGUSAN RAYA**

SKRIPSI

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

TEGUH PANGESTU

1310111115

**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 baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Teguh Pangestu

NIM : 1310111115

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

Jakarta, 20 Juni 2017

Yang Menyatakan



Teguh Pangestu

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta,
saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	:	Teguh Pangestu
NIM	:	1310111115
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 :

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Impluse Buying* Pada Indomaret Hybrid Kebagusan Raya

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 : 20 Juni 2017

Yang Menyatakan,



Teguh Pangestu

PENGESAHAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *IMPLUSE BUYING PADA INDOMARET HYBRID KEBAKUSAN RAYA*

Dipersiapkan dan disusun oleh:

TEGUH PANGESTU
1310111115

Telah dipertahankan di depan Tim Pengaji
pada tanggal : 20 Juni 2017
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Drs. Pandapatan Simarmata, M.M.
Ketua Pengaji


Tati Handayani S.E., M.M.
Pengaji I (Pembimbing I)


Rosali S.E., M.M.
Pengaji II (Pembimbing II)



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 20 Juni 2017


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



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7892850, 7892859 Fax. 7892856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2016/2017**

Hari ini Selasa, tanggal 20 Juni 2017, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : TEGUH PANGESTU

No.Pokok Mahasiswa : 1310111115

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI IMPLUSE BUYING PADA INDOMARET HYBRID KEBAGUSAN RAYA

Dinyatakan yang bersangkutan (Lulus Tidak Lulus *)

Pengaji

No	Dosen Pengaji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Pandapotan Simarmata, MM	Ketua	1.
2	Tati Handayani, SE, MM	Anggota I	2.
3	Rosalie, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :
*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 20 Juni 2017

Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprodi Manajemen S.1



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *IMPLUSE BUYING* PADA INDOMARET HYBRID KEBAGUSAN RAYA

Oleh

Teguh Pangestu

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Faktor-faktor yang mempengaruhi Konsumen dalam melakukan pembelian tidak terencana (*impulse buying*) di Indomaret Hybrid Kebagusan Raya, (2) Faktor dominan yang mempengaruhi pembelian tidak terencana (*impulse buying*) di Indomaret Hybrid Kebagusan Raya. Penelitian dilaksanakan Indomaret Hybrid Kebagusan Raya dengan jumlah responden sebanyak 100 konsumen. Penelitian ini adalah data primer. Data yang diperoleh diuji menggunakan analisis faktor. Hasil penelitian ini menunjukkan 6 faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan *impluse buying* pada Indomaret Hybrid Kebagusan Raya (1) Faktor kegiatan promosi: papan tanda yang jelas, sampel produk secara gratis, penjelasan kelebihan produk, potongan harga hari tertentu, discount member kartu, discount awal bulan (2) Faktor tampilan interior: disain interior, *private brand*, aroma ruangan yang menyegarkan, aroma cocok dengan suasana toko (3) Faktor Penerangan: pemasangan tanda petunjuk, pencahayaan yang terang, pengaturan lampu (4) Faktor Usia: sesuai dengan kebutuhan usia, selera sesuai usia (5) Faktor Alunan Musik: suara musik, tema musik (6) Faktor Finansial: penghasilan yang mencukupi, semakin tinggi penghasilan.

Kata kunci: Faktor-faktor *Impluse Buying* Ritel

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *IMPLUSE
BUYING PADA INDOMARET HYBRID
KEBAGUSAN RAYA***

By

Teguh Pangestu

Abstract

*This study aims to determine (1) Factors that affect consumers in making unplanned purchases (*impulse buying*) in Indomaret Hybrid Kebagusan Raya, (2) dominant factors affecting the purchase of unplanned (*impulse buying*) in Indomaret Hybrid Kebagusan Raya. Research conducted Indomaret Hybrid Kebagusan Raya with the number of respondents as many as 100 consumers. This research is primary data. The data obtained were tested using factor analysis. The results of this study indicate 6 factors that influence consumers in doing impulse buying on Indomaret Hybrid Kebagusan Raya (1) Promotional activity factors: clear sign board, free product samples, product surplus explanation, certain day discount, discount card member, initial discount Month (2) Interior viewing factor: interior desig, private brand, refreshing room aroma, aroma matching with shop atmosphere (3) Information Factor: guide installation, bright lighting, lighting arrangement (4) Age factor: according to age requirement , Age-appropriate tastes (5) Music Factors: music sounds, music themes (6) Financial Factors: adequate income, higher income.*

Keywords : Factors of Retail Impluse Buying

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2017 ini adalah "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Impluse Buying* Pada Indomaret Hybrid Kebagusan Raya". Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Tati Handayani, SE, MM selaku dosen pembimbing I dan ibu Rosali SE, MM selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Muhtalim (ayah), Karsiah (ibu). Imam Maulana (adik) yang selalu setia mendukung dan menyemangati. Terima kasih untuk Nadya Syahrastani yang selalu memberikan semangat kepada penulis, untuk teman saya Fachrul Reza, Surya Hanes Saputra, Ines Jayasari, Hatia Elok, Winda Aryani, Ayu Damayanti, Putri Herlina, dan juga kepada keluarga HMJ S1 manajemen, denjaka manajemen, smokar 2013, UKM fotografi (UFO) dan rekan-rekan seperjuangan angkatan 2013. Terima kasih untuk Indomaret Hybrid Kebagusan Raya dan tempat melakukan penelitian, terima kasih teman-teman yang sudah banyak membantu dan mendukung penulisan penelitian ini. Semoga skripsi ini bermanfaat.

Jakarta, 20 Juni 2017

Teguh Pangestu

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.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah.....	4
I.3 Tujuan Penelitian.....	4
I.4 Manfaat Hasil Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
II.1 Hasil Penelitian Terdahulu	6
II.2 Landasan Teori.....	12
II.2.1 Definisi Perilaku Konsumen	12
II.2.2 Bisnis Ritel	13
II.2.2.1 Definisi Bisnis Ritel	13
II.2.2.2 Struktur Dasar Ritel.....	14
II.2.2.3 Konsep Pemasaran Ritel.....	14
II.2.2.4 Karakteristik Bisnis Ritel	15
II.2.2.5 Target pasar dan Format Ritel	15
II.2.2.6 Bauran Ritel.....	16
II.2.2.7 Faktor Yang Mendorong Majunya Toko Eceran	16
II.2.3 <i>Impluse Buying</i>	17
II.2.3.1 Definisi <i>Impluse Buying</i>	17
II.2.3.2 Tipe Pembelian Impulsif	17
II.2.3.3 Perspektif Dalam Pembelian Impulsif.....	18
II.2.3.4 Penyebab Terjadinya Pembelian Impulsif.....	18
II.2.3.5 Faktor-faktor Yang Memengaruhi Pembelian Tak Terencana.....	19
II.2.4 Atmosfer Toko	20
II.2.4.1 Definisi Atmosfer Toko	20
II.2.4.2 Komunikasi Visual.....	21
II.2.4.3 Pencahayaan	22
II.2.4.4 Warna	22
II.2.4.5 Musik.....	23

II.2.4.6	Aroma.....	24
II.2.5	Promosi.....	25
II.2.5.1	Definisi Promosi.....	25
II.2.5.2	Tujuan Strategi Promosi.....	26
II.2.5.3	Metode Promosi	26
II.2.5.4	Faktor-faktor Yang Mempegaruhi Bauran Promosi.....	27
II.2.5.5	Alat Promosi atau Bauran Promosi	28
II.2.6	Demografi.....	29
II.2.6.1	Definisi Demografi.....	29
II.2.6.2	Faktor Usia	29
II.2.6.3	Faktor Jenis Kelamin.....	30
II.2.6.4	Faktor Penghasilan	31
II.3	Kerangka Pemikiran	31
BAB III	METODE PENELITIAN	33
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
III.2	Metode Penentuan Populasi Dan Sampel.....	34
III.2.1	Populasi	34
III.2.2	Sampel	34
III.3	Metode Pengumpulan Data	35
III.4	Teknik Analisis Data.....	36
III.4.1	Konsep Dasar Analisis Faktor.....	36
III.4.2	Uji <i>Barlett</i>	37
III.4.3	Uji <i>Kaiser Mayer Olkin (KMO)</i>	37
III.4.4	Uji <i>Measure of Sampling Adequacy (MSA)</i>	37
III.4.5	Langkah-langkah/Proses Analisis Faktor.....	38
III.4.6	Kerangka Model Penelitian	39
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	40
IV.	Deskripsi Obyek Penelitian	40
IV.1.1	Sejarah dan Perkembangan Indomaret	40
IV.1.2	Visi, Misi, Motto dan Budaya	41
IV.1.2.1	Visi	41
IV.1.2.2	Misi.....	41
IV.1.2.2	Moto	42
IV.1.2.3	Budaya.....	42
IV.1.2.4	Esenzi	42
IV.1.3	Fasilitas Indomaret Hybrid.....	42
IV.1.4	Struktur Organisasi Indomaret Hybrid	43
IV.1.5	Deskripsi Jabatan Indomaret	43
IV.1.6	Prestasi Perusahaan	44
IV.2	Deskripsi Data Penelitian	44
IV.3	Analisis Faktor	45
IV.3.1	KMO dan <i>Barlett's Test</i>	45
IV.3.2	Uji <i>Anti Image Matrix</i>	46
IV.3.5	<i>Communalities</i>	49
IV.3.4	<i>Total Variance Explained</i>	51
IV.3.5	Grafik <i>Scree Plot</i>	54

IV.3.6	<i>Component Matrix</i>	54
IV.3.7	<i>Rotated Component Matrix</i>	59
IV.4	Proses Menamai Faktor	62
IV.5	Pembahasan.....	63
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	66
V.1	Kesimpulan.....	66
V.2	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA		68
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Top Brand <i>Index</i> kategori minimarket terkenal	2
Tabel 2.	Matriks Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.	Pengukuran Variabel	33
Tabel 4.	Kisi-kisi Instrumen Penelitian	34
Tabel 5.	Pengukuran Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 6.	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 7.	Data Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 8.	KMO dan <i>Barlett's</i>	46
Tabel 9.	<i>Anti Image Matic</i>	47
Tabel 10.	Nilai dari <i>Measure of Sampling Adequacy</i> (MSA)	49
Tabel 11.	<i>Communalities</i>	50
Tabel 12.	<i>Total Variance Explained</i>	52
Tabel 13.	Componen Matrix dengan 19 Variabel	55
Tabel 14.	Rotasi Component Matrix	60
Tabel 15.	Menentukan Faktor	61
Tabel 16.	Menamakan Faktor	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Dasar Ritel Jalur Distribusi Barang Dagangan	14
Gambar 2. Konsep Pemasaran Ritel.....	14
Gambar 3. Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4. Langkah-Langkah Analisis Faktor	38
Gambar 5. Kerangka Penelitian	39
Gambar 6. Struktur Organisasi.....	43
Gambar 7. Grafik <i>Scree Plot</i>	54

DAFTAR LAMPIRAN

- | | |
|------------|--|
| Lampiran 1 | Kuesioner |
| Lampiran 2 | Hasil Data SPSS Analisis Faktor |
| Lampiran 3 | Data/Tabel Responden |
| Lampiran 4 | Surat Izin Riset Dari UPN “Veteran” Jakarta |
| Lampiran 5 | Surat Izin Riset Dari Walikota Jakarta Selatan |