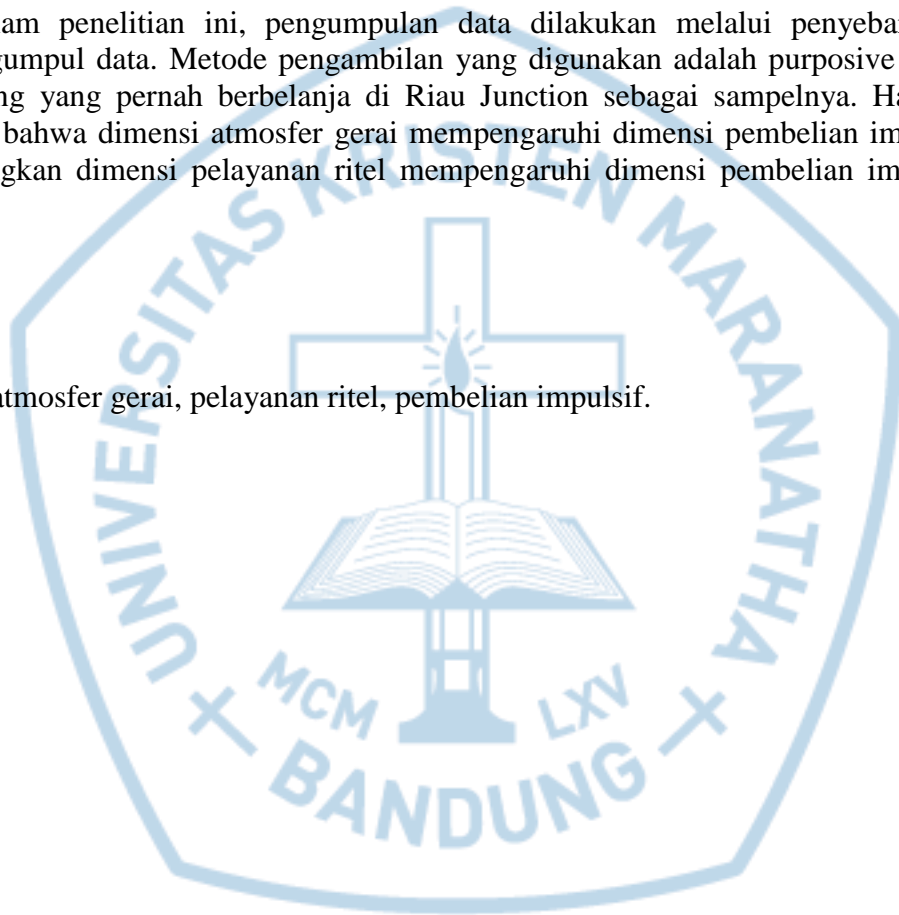


ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah melihat pengaruh dan tingkat signifikansi atmosfer gerai terhadap pembelian impulsif dan melihat pengaruh dan tingkat signifikansi pelayanan ritel terhadap pembelian impulsif. Dalam penelitian ini yang dianggap sebagai variabel bebas (X) adalah atmosfer gerai dan juga pelayanan ritel. Sedangkan variabel terikatnya (Y) adalah pembelian impulsif.

Didalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner sebagai pengumpul data. Metode pengambilan yang digunakan adalah purposive sampling dan orang – orang yang pernah berbelanja di Riau Junction sebagai sampelnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi atmosfer gerai mempengaruhi dimensi pembelian impulsif sebesar 7.7%. Sedangkan dimensi pelayanan ritel mempengaruhi dimensi pembelian impulsif sebesar 2.2%

Kata kunci: atmosfer gerai, pelayanan ritel, pembelian impulsif.

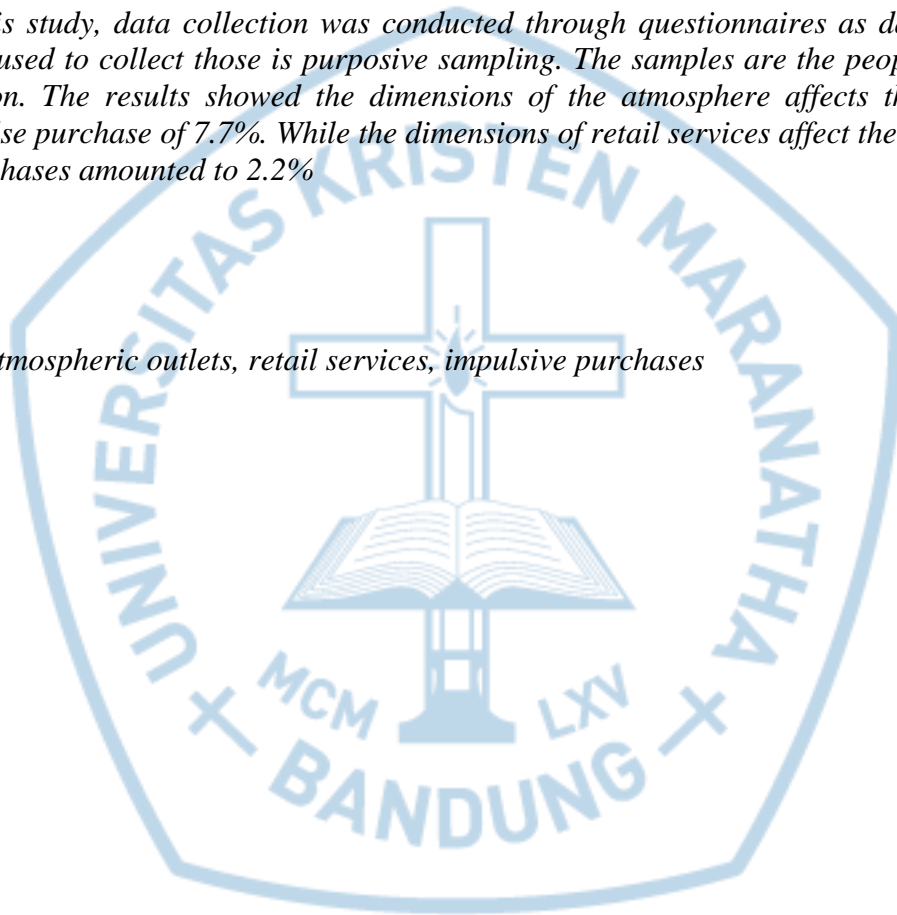


ABSTRACT

The purpose of this study is to see the effect and significance level of the outlets' atmosphere against impulsive purchases, also to see the effect and significance level of retail services on impulsive purchases. In this study, the atmosphere outlets and retail services is considered as the independent variable (X). While the associated variable (Y) is an impulsive purchase.

In this study, data collection was conducted through questionnaires as data collectors. The method used to collect those is purposive sampling. The samples are the people shopped at Riau Junction. The results showed the dimensions of the atmosphere affects the dimensions outlets impulse purchase of 7.7%. While the dimensions of retail services affect the dimensions of impulse purchases amounted to 2.2%

Keywords: atmospheric outlets, retail services, impulsive purchases



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Manfaat Penelitian	2
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	6
2.1.1 Atmosfer Gerai	6

2.1.2 Pelayanan Ritel.....	8
2.1.2.1 Klasifikasi Ritel.....	9
2.1.2.1.1 Retail Kecil.....	9
2.1.2.1.2 Retail Besar.....	10
2.1.3 Pembelian Impulsif.....	11
2.1.3.1 Pengertian Umum.....	11
2.1.3.2 Proses Pembelian Impulsif.....	12
2.1.3.3 Jenis Pembelian Impulsif.....	15
2.2 Rerangka Teoritis.....	16
2.3 Rerangka Pemikiran.....	17
2.4 Riset Empiris.....	18
2.5 Model Penelitian.....	20
2.6 Pengembangan Hipotesis dan Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Populasi dan Sampel.....	22
3.2.1 Populasi.....	22
3.2.2 Sampel.....	23
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.5 Teknik Analisis Data.....	27
3.5.1 Uji Validitas.....	28
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	29
3.5.3 Uji Normalitas.....	30

3.5.4 Uji Multikolinearitas	31
3.5.5 Uji Heterokedastisitas.....	31
3.5.6 Uji Hipotesis.....	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden	34
4.2 Profil Responden	34
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.2.2 Proful Responden Berdasarkan Usia.....	35
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	36
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
4.3 Tanggapan Responden Variabel X (Atmosfer Gerai)	38
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Pramuniaga Riau Junction yang Berpengalaman Sangat Mmbantu Para Konsumen.....	38
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Pemajangan Riau Junction Secara Visual Menarik Perhatian.....	39
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Letak di Lokasi Riau Junction yang strategis, sehingga mudah mencapainya.....	40
4.3.4 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Petunjuk Arah ke Lokasi Riau Junction Sangat Membantu Para Konsumen Mencapai Lokasi	42
4.3.5 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Kebersihan dan Wewangian Riau Junction Menciptakan Suasana Nyaman	43
4.3.6 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Suara Musik Riau Junction yang Nyaman Selaras Dengan Suasana dalam Toko	45
4.3.7 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Cahaya Lampu	

Riau Junction yang Serasi Cocok dengan Suasana dalam Toko	46
4.3.8 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Harga barang – barang Riau Junction Menarik Sesuai dengan Tingkat Kualitasnya.....	48
4.3.9 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Pengaturan <i>Lay Out</i> Riau Junction nyaman untuk berbelanja	49
4.3.10 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Suasana Riau Junction Menghibur, Tidak Hanya Bertujuan Menjual Barang – Barang Saja	51
4.4 Tanggapan Responden Variabel X (Pelayanan Ritel).....	52
4.4.1 Tanggapan Responden Mengenai pertanyaan Karyawan Riau Junction Sangat Membantu, Ramah, dan Sopan	52
4.4.2 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan karyawan Riau Junction Dapat Menjelaskan Secara Tepat.....	54
4.4.3 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Karyawan Riau Junction Sangat Baik Dalam Menanggapi Pertanyaan Saya.....	55
4.4.4 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Perilaku Para Karyawan Riau Junction Menumbuhkan Kepercayaan	56
4.4.5 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Karyawan Riau Junction Selalu Bersedia Untuk Menanggapi Permintaan Saya Dengan Segera.....	57
4.5 Tanggapan Responden Variabel Y (Pembelian Impulsif).....	58
4.5.1 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Sewaktu Saya Pergi Berbelanja, Saya Selalu Membeli Barang – Barang yang Tidak Direncanakan Sebelumnya.....	58

4.5.2 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaa Saya Adalah Orang yang Sering Berbelanja Tanpa Rencana Sebelumnya	60
4.5.3 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Berbelanja Secara Spontan Adalah Mengasikan Bagi Saya.....	61
4.5.4 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Saya Pergi Berbelanja adalah bertujuan untuk mencari suasana mood baru	62
4.5.5 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Saya Sulit Mengendalikan Diri Terhadap Desakan Untuk Membeli Sesuatu Sewaktu Melihat Penawaran Menarik.....	63
4.5.6 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Sewaktu Melihat Penawaran yang Menarik, Saya Selalu Membeli Lebih Daripada yang .. Seharusnya Saya Beli	65
4.5.7 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Saya Selalu Membeli Suatu Barang Tanpa Pikir Panjang	66
4.5.8 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Saya selalu berprinsip bahwa beli sekarang, dan berpikir belakangan	67
4.6.1 Uji Validitas	68
4.6.2 Uji Reliabilitas.....	72
4.6.2.1 Pelayanan Ritel.....	73
4.6.2.2 Atmosfer Gerai	74
4.6.2.3 Pembelian Impulsif.....	76
4.7 Uji Asumsi Klasik	77
4.7.1 Uji Normalitas	77
4.7.2 Uji Multikolinearitas	79
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	80

4.8 Uji Hipotesis.....	82
4.8.1 Uji Secara Parsial	82
4.8.1.1 Hasil Analisis Atmosfer Gerai Terhadap Pembelian Impulsif	82
4.8.1.1.1 Hasil Uji Hipotesis	83
4.8.1.1.2 Kriteria Uji Hipotesis	83
4.8.1.1.3 Pembahasan	83
4.8.1.2 Hasil Analisis Pelayanan Ritel Terhadap Pembelian Impulsif.....	84
4.8.1.2.1 Hasil Uji Hipotesis	84
4.8.1.2.2 Kriteria Uji Hipotesis	85
4.8.1.2.3 Pembahasan	85
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	90
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rerangka Teoritis	16
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran.....	17
Gambar 2.3 Model Penelitian	23



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Riset Empiris.....	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	25
Tabel 3.2 Skala Likert.....	28
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.2 Usia	35
Tabel 4.3 Penghasilan	36
Tabel 4.4 Pekerjaan.....	37
Tabel 4.5 Karyawan Riau Junction Sangat Membantu, Ramah, dan Sopan.....	38
Tabel 4.6 Karyawan Riau Junction Dapat Menjelaskan Secara Tepat	39
Tabel 4.7 Karyawan Riau Junction Sangat Baik Dalam Menanggapi Pertanyaan Saya	41
Tabel 4.8 Perilaku Para Karyawan Riau Junction Menumbuhkan Kepercayaan	42
Tabel 4.9 Karyawan Riau Junction Selalu Bersedia Untuk Menanggapi Permintaan Saya Dengan Segera	44
Tabel 4.10 Pramuniaga Riau Junction yang berpengalaman sangat membantu para konsumen	45
Tabel 4.11 Pemajangan secara visual Riau Junction menarik perhatian	47
Tabel 4.12 Letak di lokasi Riau Junction yang strategis, sehingga mudah mencapainya.....	48
Tabel 4.13 Petunjuk arah ke lokasi Riau Junction sangat membantu para konsumen untuk mencapai lokasi	50

Tabel 4.14 Kebersihan dan wewangian Riau Junction menciptakan suasana nyaman...	51
Tabel 4.15 Suara musik Riau Junction yang nyaman selaras dengan suasana dalam toko.....	53
Tabel 4.16 Cahaya lampu Riau Junction yang serasi cocok dengan suasana dalam toko.....	54
Tabel 4.17 Harga barang-barang Riau Junction menarik sesuai dengan tingkat kualitasnya	55
Tabel 4.18 Pengaturan Lay out Riau Junction nyaman untuk berbelanja.....	56
Tabel 4.19 Suasana Riau Junction menghibur, tidak hanya bertujuan menjual barang-barang saja	58
Tabel 4.20 Sewaktu saya pergi berbelanja, saya selalu membeli barang-barang yang tidak direncanakan sebelumnya	59
Tabel 4.21 Saya adalah orang yang sering berbelanja tanpa rencana sebelumnya.....	60
Tabel 4.22 Berbelanja secara spontan adalah mengasikkan bagi saya	61
Tabel 4.23 Saya pergi berbelanja adalah bertujuan untuk mencari suasana mood baru.	62
Tabel 4.24 Saya sulit mengendalikan diri terhadap desakan untuk membeli sesuatu sewaktu melihat penawaran menarik.	64
Tabel 4.25 Sewaktu melihat penawaran yang menarik, saya selalu membeli lebih daripada yang seharusnya saya beli	65
Tabel 4.26 Saya selalu membeli suatu barang tanpa pikir panjang.	66
Tabel 4.27 Saya selalu berprinsip bahwa beli sekarang, dan berpikir belakangan.....	67
Tabel 4.28 KMO and Bartlett's Test	68

Tabel 4.29 Rotated Component Matrix	69
Tabel 4.30 KMO and Bartlett's Test	70
Tabel 4.31 Rotated Component Matrix	71
Tabel 4.32 Reliability Statistics (Dimensi Pelayanan Ritel).....	73
Tabel 4.33 Item – Total Statistics (Dimensi Pelayanan Ritel).....	73
Tabel 4.34 Reliability Statistics (Dimensi Atmosfer Gerai).....	74
Tabel 4.35 Item – Total Statistics (Dimensi Atmosfer Gerai)	75
Tabel 4.36 Reliability Statistics (Dimensi Pembelian Impulsif)	76
Tabel 4.37 Item – Total Statistics (Dimensi Pembelian Impulsif).....	76
Tabel 4.38 One – Sample Kolmogorov – Smirnov Test.....	78
Tabel 4.39 Coefficients.....	80
Tabel 4.40 Coefficients.....	81
Tabel 4.41 Coefficients.....	82
Tabel 4.42 Model Summary	82
Tabel 4.43 Coefficients.....	84
Tabel 4.44 Model Summary	84

