



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN IMPULSIF
PADA INDOMARET DI LINGKUNGAN TEGAL BOTO
KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :

WAWANG WIRATAMA

040810291130

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2008**

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam
Melakukan Pembelian Impulsif Pada Indomaret di Lingkungan
Tegal Boto Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember

Nama : Wawang Wiratama

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs Abdul Halim, MSi
NIP. 130 674 838

Drs Agus Priyono, MM
NIP. 132 658 392

Ketua Koordinator
Program Studi Manajemen

Dr. Hari Sukarno, MM
NIP. 131 759 761

Halaman Persembahan

Kupersembahkan Skripsi Ini Kepada :

*Ayahanda Bambang Soeharsono dan Ibunda Juwintarti yang selalu
melakukan yang terbaik buat anak-anaknya*

Mas Bogi & Mas Nano atas motivasi dan inspirasinya selama ini...

Almamaterku Yang Selalu Kuhormati & Kubanggakan

MOTTO

*“Engkau berpikir tentang dirimu sebagai seonggok materi semata,
padahal di dalam dirimu tersimpan kekuatan tak terbatas”*

(Imam Ali bin Abi Thalib)

“Selalu ada harapan...”

(Wawang Wiratama)

**ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN IMPULSIF PADA INDOMARET DI
LINGKUNGAN TEGAL BOTO KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN
JEMBER**

WAWANG WIRATAMA

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi

ABSTRAKSI

Penelitian dengan judul “Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Impulsif Pada Indomaret Di Lingkungan Tegal Boto Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember” mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh faktor display produk, pramuniaga, suasana lingkungan toko, ketidakterediaan produk, dan program promosi terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian impulsif dan mengetahui faktor yang paling dominan diantara faktor-faktor tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode survey dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi logistik. Obyek penelitian pada Indomaret di Lingkungan Tegal Boto Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember.

Hasil uji determinasi R^2 menunjukkan bahwa faktor-faktor yang diteliti dalam model memberikan kontribusi sebesar 51,6% terhadap keputusan pembelian impulsif sedangkan sisanya 48,4% dipengaruhi faktor-faktor lain di luar model.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor display produk, suasana lingkungan toko, ketidakterediaan produk, dan program promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian impulsif. Sedangkan faktor pramuniaga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian impulsif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor ketidakterediaan produk berpengaruh paling dominan diantara faktor-faktor yang diteliti dalam model.

Akhirnya penelitian ini diharapkan berguna bagi berbagai pihak dan masih diperlukannya penyempurnaan kearah yang lebih baik lagi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Impulsif Pada Indomaret Di Lingkungan Tegal Boto Kecamatan Sumber Sari Kabupaten Jember “. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Drs Abdul Halim, MSi selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga guna memberikan bimbingan, pengarahan, perhatian serta kasih sayang demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
2. Drs Agus Priyono, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan bimbingan, pengarahan serta membimbing dalam penyempurnaan skripsi ini;
3. Prof. Dr. Sarwedi, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
4. Dr. Hari Sukarno, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, perhatian, bimbingan dan pengarahan kepada penulis;
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yaang telah memberikan ilmunya dengan ikhlas dan tulus dalam mendidik sebagai dasar dalam terjun langsung di masyarakat;
6. Seluruh karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember atas segala bantuan sehingga terselesaikannya skripsi ini;
7. Ayahanda Bambang Soeharsono dan Ibunda Juwintarti yang telah memberikan yang terbaik dalam hidup ini.
8. Mas Bogi dan Mas Nano yang selalu memberikan motivasi dan pembelajaran hidup. Terima kasih sudah menjadi mentor hidupku...
9. Fitrah Risqiani, atas do'a, bantuan, dan semangatnya selama ini.....*You are my inspiration !!! ☺ ☺ ☺ Thank for making my life so colourful.*
10. Sahabat-sahabatku yang selalu mewarnai perjalanan hidupku; Ifin, Dadang, Alvin, Rieke, Hilmy kentang...*You all are the best friend I have...Thank for being my friend.*

11. Weldy-“*suwun silihan program SPSS-nya...*”
12. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, terimakasih atas kerjasamanya.

Penulis menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, Pebruari 2008

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pokok Permasalahan.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	5
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	6
2.1.3 Proses Keputusan Pembelian	11
2.1.4 Pembelian Impulsif	13
2.1.5 Perilaku Pembelian Impulsif Dalam Toko.....	13
2.1.6 Rangsangan Dalam Toko.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Konseptual.....	17
2.4 Hipotesis Penelitian	18
III. METODE PENELITIAN	19
3.1 Rancangan Penelitian.....	19

V. KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN	