



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
IMPULSIF PRODUK SEMBAKO PADA INDOMARET
(Studi pada Ritel Modern Jalan Jawa dan Jalan Sumatera Kota Jember)**

SKRIPSI

Oleh

**Novi Indra Harsono
NIM 090810201268**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2013**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
IMPULSIF PRODUK SEMBAKO PADA INDOMARET
(Studi pada Ritel Modern Jalan Jawa dan Jalan Sumatera Kota Jember)**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Ekonomi (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

**Novi Indra Harsono
NIM 090810201268**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2013**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : NOVI INDRA HARSONO
NIM : 090810201268
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : PEMASARAN
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Impulsif produk Sembako pada Indomaret (Studi pada Ritel Modern Jalan Jawa dan Jalan Sumatera Kota Jember)

Menyatakan bahwa skripsi yang telah Saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan maka Saya bersedia mempertanggung jawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 22 Desember 2012

Yang menyatakan,



Novi Indra Harsono
NIM. 090810201268

LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
IMPULSIF PRODUK SEMBAKO PADA INDOMARET
(Studi pada Ritel Modern Jalan Jawa dan Jalan Sumatera
Kota Jember)

NAMA : NOVI INDRA HARSONO

NIM : 090810201268

JURUSAN : MANAJEMEN

KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Bambang Irawan, M.Si
NIP. 19610317 198802 1 001

Drs. Ketut Indraningrat, M.Si
NIP. 19610710 198902 1 002

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si
NIP. 19661020 199002 2 001

**PENGESAHAN
JUDUL SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
IMPULSIF PRODUK SEMBAKO PADA INDOMARET
(Studi pada Ritel Modern Jalan Jawa dan Jalan Sumatera Kota Jember)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Novi Indra Harsono

NIM : 090810201268

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal: 16 Januari 2013

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

1. Ketua : Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D. (.....)
NIP. 19660408 199103 1 001
2. Sekretaris : Drs. Ketut Indraningrat, M.Si (.....)
NIP. 19610710 198902 1 002
3. Anggota : Dr.Bambang Irawan, M. Si (.....)
NIP. 19610317 198802 1 001

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si
NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Dengan segala syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT, akhirnya selesai juga satu langkah hidupku. Kupersembahkan skripsiku ini sebagai bentuk tanggung jawab, bakti, dan ungkapan terima kasihku kepada:

1. Dua insan Allah SWT, “Ibu Inisiatif dan Bapak Bambang Suharsono (Orang tuaku)” yang sangat berjasa dalam perjalanan hidupku. Terima kasih atas semua untaian doa, butiran keringat, cucuran air mata, harapan, dan seluruh kasih sayang yang tiada henti.
2. Adikku tersayang “Edison” terima kasih telah memberikan keceriaan dan hiburan dalam hidupku.
3. “Nanda Iswahyudi (calon suamiku)” yang memberikan segala kasih sayang dan penuh kesabaran atas dukungannya selama ini, segala cucuran keringat, segala untaian doa, perhatian, serta kebaikan yang sangat berharga.
4. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember

MOTTO

“Barangsiapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah
untuk dirinya sendiri.”
(QS Al-Ankabut [29]: 6)

“Agama tanpa ilmu itu buta, ilmu tanpa agama itu hampa”
(Al-Hadist)

“ Yakin, Ikhlas, Istiqomah “
(TGKH. Muhammad Zainuddin Abdul Madjid)

“Manusia tidak merancang untuk gagal, mereka gagal untuk merancang”
(William J. Siegel)

“Ketika satu pintu tertutup, pintu lain terbuka; namun terkadang kita melihat dan
menyesali pintu tertutup tersebut terlalu lama hingga kita tidak melihat pintu lain
yang telah terbuka”
(Penulis)

“Doa Orang Tua merupakan kunci keberhasilan dan kesuksesan baik di masa
sekarang maupun masa yang akan datang”
(Penulis)



SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
IMPULSIF PRODUK SEMBAKO PADA INDOMARET
(Studi pada Ritel Modern Jalan Jawa dan Jalan Sumatera Kota Jember)**

Oleh

Novi Indra Harsono

NIM 090810201268

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Bambang Irawan, M.Si

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Ketut Indraningrat, M.Si

ABSTRAKSI

Tujuan pemasaran yaitu memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Maka pemasar harus mempelajari dan memahami bagaimana konsumen berperilaku. Salah satu karakter unik konsumen Indonesia, adalah konsumen yang cenderung tidak memiliki perencanaan pembelian atau dalam penelitian ini disebut sebagai pembelian impulsif. Pembelian impulsif yang dilakukan konsumen tentunya tidak hanya dipandang sebagai pembelian saja tetapi sekaligus juga merupakan peluang yang sangat besar bagi pemasar untuk meningkatkan volume penjualan produk mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis, mengetahui dan membuktikan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen melakukan pembelian impulsif serta mengetahui faktor yang paling dominan memengaruhi perilaku konsumen melakukan pembelian impulsif.

Penelitian ini menggunakan metode survei. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan ritel Indomaret di Jalan Jawa & Sumatera Kota Jember. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Accidental Sampling (Man to Man Questionery)* dengan memberikan kuisisioner kepada 100 responden secara acak. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor dan analisis regresi linier berganda. Analisis faktor digunakan untuk mereduksi data, yaitu proses untuk meringkas sejumlah variabel menjadi lebih sedikit dan menamakannya sebagai faktor. Analisis regresi merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain.

Berdasarkan hasil analisis faktor terbentuk 5 faktor yaitu faktor pertama pramuniaga, faktor kedua ketidaktersediaan produk, faktor ketiga ruang pameran/display produk, faktor keempat suasana lingkungan toko, dan faktor kelima: program promosi. Hasil uji simultan menunjukkan kelima faktor yaitu pramuniaga, ketidaktersediaan produk, ruang pameran/display produk, suasana lingkungan toko dan program promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian impulsif pada Indomaret jalan Jawa dan Sumatera di Jember. Hasil uji parsial menunjukkan pramuniaga, ketidaktersediaan produk, suasana lingkungan toko, dan program promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian impulsif pada Indomaret jalan Jawa dan Sumatera di Jember. Sedangkan ruang pameran/display produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian impulsif pada Indomaret jalan Jawa dan Sumatera di Jember. Dari kelima faktor tersebut ketidaktersediaan produk memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian impulsif pada Indomaret jalan Jawa dan Sumatera di Jember. Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa 46,4% keputusan pembelian impulsif pada Indomaret jalan Jawa dan Sumatera di Jember itu dapat dijelaskan oleh variabel pramuniaga, ketidaktersediaan produk, ruang pameran/display produk, suasana lingkungan toko dan program promosi, sedangkan sisanya sebesar 53.6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberi limpahan berkah, rahmat, dan hidayah-Nya, serta memberikan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Impulsif Produk Sembako pada Indomaret (Studi pada Ritel Modern Jalan Jawa dan Jalan Sumatera Kota Jember)”.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak, baik itu berupa dorongan, nasehat, saran, maupun kritik yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati serta penghargaan yang tulus, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Prof. Tatang Ary Gumanti, M.Buss, Acc, Ph.D selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan akademik dari semester 1 sampai semester 8.
4. Dr. Bambang Irawan, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang dengan ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik, dan pengarahan dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Drs. Ketut Indraningrat, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, kritik, motivasi, dan arahannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D. selaku dosen penguji yang telah memberi arahan dan kemudahan dalam pelaksanaan ujian.
7. Seluruh dosen dan staf pengajar serta karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Jember atas ilmu dan bantuan yang diberikan selama ini.
8. Pihak PT. Indomaret yang telah bersedia untuk dijadikan objek penelitian.

9. Orang tuaku “Ibu Inisiatif dan Bapak Bambang Suharsono” atas seluruh pengorbanan, doa, cucuran keringat, perhatian, kasih sayang dan cintanya.
10. Adikku “Moch. Mei Edison” yang selalu memberikan keceriaan dan doanya untukku.
11. Calon Suamiku “Nanda Iswahyudi” yang memberikan segala kasih sayang dan penuh kesabaran atas dukungannya selama ini, segala untaian doa, perhatian, serta kebaikan yang sangat berharga.
12. Sahabatku yang telah menemani dan teman-teman di kampus tercinta Universitas Jember Fakultas Ekonomi Manajemen.

Semoga Allah SWT selalu memberikan hidayah dan rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, Desember 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PENYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PEMBIMBING	viii
ABSTRAKSI	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	8
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen.....	8
2.1.3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen.....	10
2.1.4 Keputusan Pembelian	14
2.1.5 Proses Keputusan Pembelian.....	16
2.1.6 Pembelian Impulsif.....	18

2.1.7 Tipe-tipe Pembelian Impulsif.....	19
2.1.8 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pembelian Impulsif.....	19
2.1.9 Perilaku Pembelian Impulsif	21
2.1.10 Rangsangan dalam Toko	21
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	24
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Rancangan Penelitian	27
3.2 Jenis Data	27
3.3 Sumber Data	27
3.4 Populasi dan Sampel	28
3.5 Metode Pengambilan Sampel	28
3.6 Identifikasi dan Operasional Variabel	29
3.7 Teknik Pengukuran Data	29
3.8 Uji Instrumen Penelitian	30
3.8.1 Uji Validitas	30
3.8.2 Uji Realibilitas.....	30
3.8.3 Uji Normalitas Data.....	31
3.9 Metode Analisis	31
3.9.1 Analisis Faktor	31
3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	33
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah.....	35
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	37
4.1.1 Sejarah Singkat Indomaret.....	37
4.1.2 Visi, Motto, dan Budaya Perusahaan.....	37
4.1.3 Waralaba Indomaret.....	38
4.2 Karakteristik Responden	42
4.3 Uji Instrumen	45
4.3.1 Uji Validitas	45
4.3.2 Uji Reliabilitas	46

4.4 Analisis Faktor	47
4.5 Analisis Model Regresi Linier Berganda	52
4.5.1 Asumsi Klasik.....	52
4.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
4.5.3 Uji Hipotesis.....	58
4.6 Pembahasan	62
4.7 Keterbatasan Penelitian	67
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	23
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	43
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
4.5 Hasil Uji Validitas.....	46
4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
4.7 KMO and Bartlett's Test.....	48
4.8 Nilai <i>Measure of Sampling Adequacy</i>	49
4.9 Hasil <i>Total Varians Explained</i>	50
4.10 Hasil Rotated Component Matrix (a).....	51
4.11 Hasil Pengujian Asumsi Multikolinieritas	53
4.12 Uji Heteroskedastisitas.....	55
4.13 Hasil Analisis Regresi	57
4.14 Hasil Perhitungan Uji F.....	59
4.15 Hasil Perhitungan Uji t.....	59
4.16 Hasil Variabel Yang Dominan.....	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.3 Kerangka Konseptual.....	25
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah.....	35
4.1 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	44
4.4 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
4.5 Hasil Pengujian Gejala Heteroskedastisitas.....	54
4.6 Hasil Pengujian Normalitas.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Data Hasil Penelitian

Lampiran 3 : Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Lampiran 4 : Analisis Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 : Hasil Analisis Faktor

Lampiran 6 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda