

**MENILAI FAKTOR-FAKTOR SITUASIONAL DALAM PERILAKU
PEMBELIAN IMPULSIF DITINJAU DARI VARIABEL - VARIABEL
DEMOGRAFIS
(Pada Pembelanja Supermarket di Yogyakarta)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi

(S1) Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Kristina

NPM : 07 03 17051

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2011**

SKRIPSI
MENILAI FAKTOR-FAKTOR SITUASIONAL DALAM PERILAKU
PEMBELIAN IMPULSIF DITINJAU DARI VARIABEL - VARIABEL
DEMOGRAFIS

(Pada Pembelanja Supermarket di Yogyakarta)



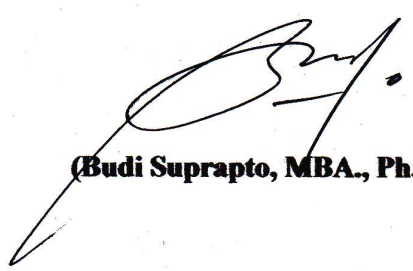
Disusun Oleh :

Kristina

NPM : 07 03 17051

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama


(Budi Suprpto, MBA., Ph.D.)

Tanggal, 16 Mei 2011

SKRIPSI
MENILAI FAKTOR-FAKTOR SITUASIONAL DALAM PERILAKU
PEMBELIAN IMPULSIF DITINJAU DARI VARIABEL - VARIABEL
DEMOGRAFIS
(Pada Pembelanja Supermarket di Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

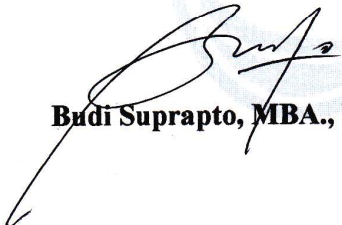
Kristina

NPM : 07 03 17051

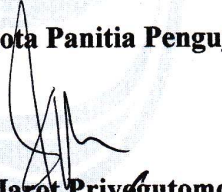
Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 9 Juni 2011
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

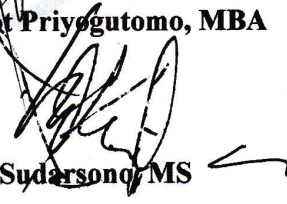
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

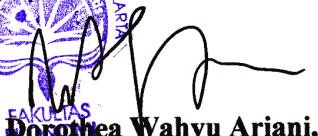
Anggota Panitia Penguji


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA


Drs. J. Sudarsono, MS

Yogyakarta, 13 Juni 2011

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Dr. Dorothea Wahyu Ariani, MT.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**MENILAI FAKTOR-FAKTOR SITUASIONAL DALAM PERILAKU
PEMBELIAN IMPULSIF DITINJAU DARI VARIABEL - VARIABEL
DEMOGRAFIS
(Pada Pembelanja Supermarket di Yogyakarta)**

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/ catatan kaki/ daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan saya akan kembalikan kepada Universitas Atmajaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 16 Mei 2011

Yang menyatakan,



Kristina

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa untuk segala Rahmat dan AnugerahNya sehingga penulis dapat menjalani masa studi perkuliahan dan menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“MENILAI FAKTOR-FAKTOR SITUASIONAL DALAM PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF DITINJAU DARI VARIABEL - VARIABEL DEMOGRAFIS” (Pada Pembelanja Supermarket di Yogyakarta)**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak dukungan dan bantuan serta motivasi dari berbagai pihak yang tidak dapat ternilai harganya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan, bimbingan, doa dan dukungan dari banyak pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah diberikan kepada penulis dengan segala ketulusan dari awal hingga selesainya penulisan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dorothea Wahyu Ariani, Dr., MT. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memotivasi dan memberi

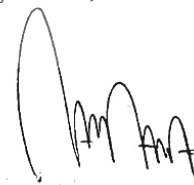
masuk serta “pencerahan” selama penyusunan hingga skripsi ini selesai disusun.

3. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membimbing dan memberikan disiplin ilmu dengan penuh kesabaran dan tanggung jawab selama penulis menempuh kuliah.
4. Segenap staff dan karyawan tata usaha dan perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang membantu dalam proses belajar mengajar di kampus.
5. Papa dan mama tercinta (Soeryanto dan Maria) yang selalu mencurahkan kasih sayang, doa, dorongan moril, material, dan spiritual serta kerja kerasnya dalam memberi nafas kehidupan kepada penulis.
6. Saudara-saudariku tersayang Yenny Cecilia, Hendri Carlo, Yetty Cecilia, Susi Cecilia, Ricky Joe Martino serta seluruh keluargaku yang selalu memotivasi, membimbing dan mendukung kerja keras penulis.
7. Julius Anggawijaya yang selalu menemani, memberikan dorongan, semangat dan kasih sayang serta doa kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Teman-teman kuliah FE UAJY angkatan 2007 yang tidak bisa ku sebutkan satu per satu, terima kasih buat persahabatan, bantuan, semangat dan ajaran-ajaran yang kalian berikan, sukses buat kalian semua Tuhan Yesus memberkati.

9. Sahabat-sahabatku Dayang, Ferty, Shinta, dan semuanya yang tidak bisa ku sebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuan, doa, semangat dan motivasinya.
10. Teman-teman KKN Gotakan II 2010-2011, khususnya Kelompok 07 Padukuhan Gotakan II, terima kasih atas dukungan, semangat dan bantuan serta kerja samanya selama kita menjadi tim, senang bisa menjadi satu tim bersama kalian.
11. Teman-teman seperjuangan skripsi terima kasih atas semangat, bantuan, kerja sama dan motivasinya kepada penulis.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, motivasi dan dukungan serta doanya baik secara langsung, maupun tidak langsung sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini. Akhir kata, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu segala saran dan masukan akan penulis terima dengan tangan terbuka demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan inspirasi dan manfaat bagi penelitian di masa yang akan datang dan dapat menjadi berkat bagi kehidupan pembaca. Amin.

Yogyakarta, 16 Mei 2011



Kristina

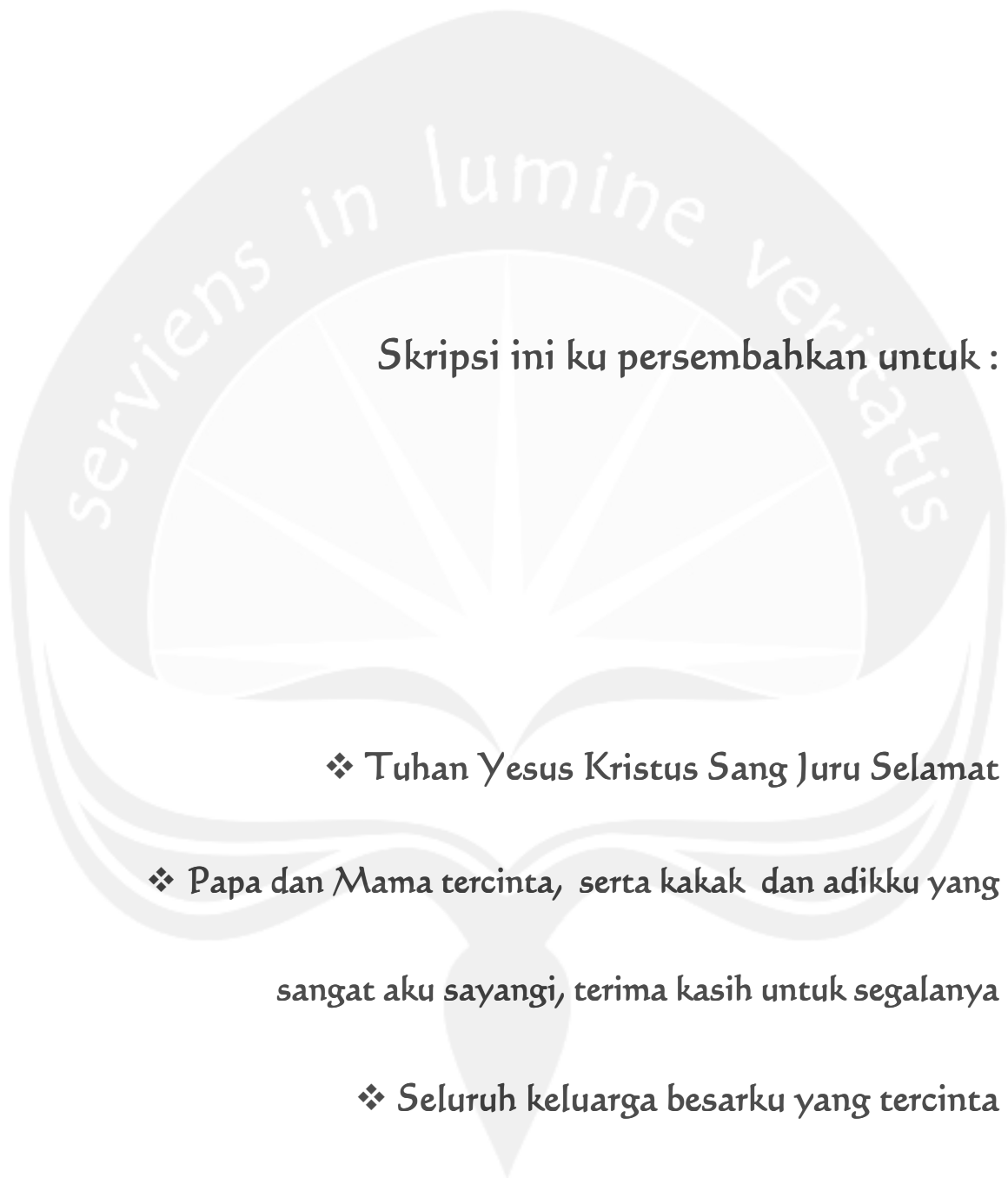
MOTTO

“Didalam Tuhan tidak ada yang mustahil, kuncinya hanya

PERCAYA dan BERUSAHA”

“Berserulah kepada-Ku, maka Aku akan menjawab engkau
dan akan memberitahukan kepadamu hal-hal yang besar
dan yang tidak terpahami, yakni hal-hal yang tidak kau
ketahui”.

(Yeremia 33 : 3)



Skripsi ini ku persembahkan untuk :

- ❖ Tuhan Yesus Kristus Sang Juru Selamat
- ❖ Papa dan Mama tercinta, serta kakak dan adikku yang sangat aku sayangi, terima kasih untuk segalanya
- ❖ Seluruh keluarga besarku yang tercinta
- ❖ Seseorang spesial dalam hidupku yang sangat aku kasihi
- ❖ Semua Sahabat dan Teman-temanku

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	viii
LEMBAR PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
INTISARI	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. Sistematika Penulisan	8

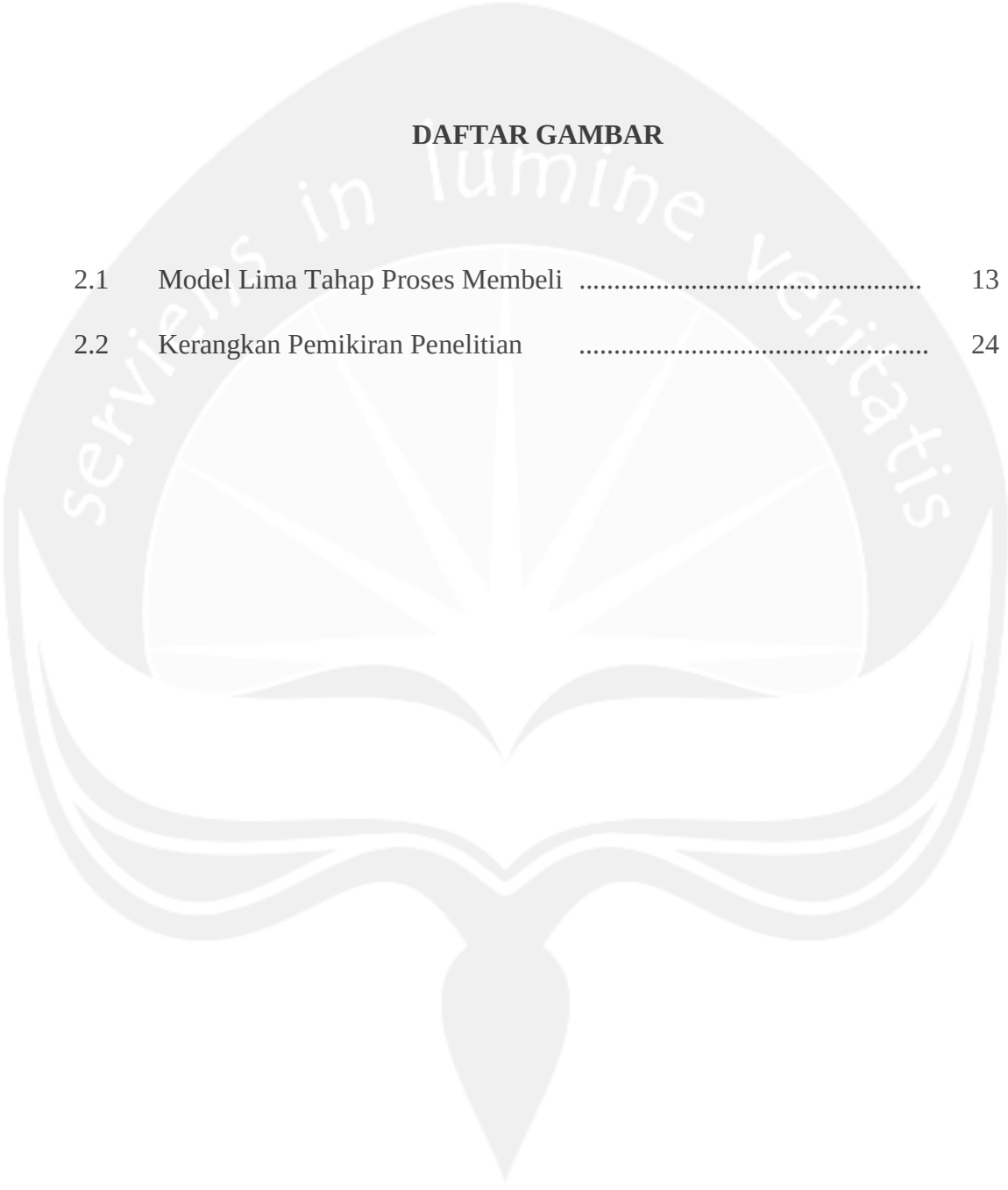
BAB II TINJAUAN PUSTAKA dan HIPOTESIS	10
2.1. Definisi Perilaku Konsumen	10
2.2. Jenis Perilaku Pembelian	11
2.3. Tahap-tahap Dalam Proses Pembelian	12
2.4. Pembelian impulsif	15
2.4.1. Definisi Pembelian Impulsif	15
2.5. Perilaku Pembelian Impulsif	17
2.6. Faktor-faktor Situasional dan Perilaku Pembelian Impulsif	19
2.7. Segmentasi Pasar dalam Hal Impulsifness	21
2.8. Hipotesis Penelitian	22
2.9. Kerangka Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Desain Penelitian	25
3.2. Objek Penelitian	25
3.3. Populasi dan Sampel	26
3.4. Metode Pengumpulan Data	27
3.5. Metode Pengukuran Data	28
3.6. Metode Pengujian Instrumen	28
3.6.1. Uji Validitas	28
3.6.2. Uji Reliabilitas	30
3.7. Metode Analisis Data	31

3.7.1. Analisis Cluster	31
3.7.2. Uji <i>Chi Square</i>	31
3.7.3. <i>Independent Sampel T-test</i>	33
3.7.4. Oneway ANOVA	34
BAB IV ANALISIS DATA	35
4.1. Pengujian Instrumen	36
4.1.1. Uji Validitas	36
4.1.2. Uji Rekiabilitas	37
4.2. Karakteristik Responden	38
4.3. Analisis Cluster	43
4.4. Analisis Chi Square	47
4.5. Analisis <i>Independent Sampel T-test</i>	50
4.6. Oneway ANOVA	54
BAB V PENUTUP	61
5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR TABEL

4.1	Hasil Uji Validitas	36
4.2	Hasil Uji Reliabilitas	38
4.3	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.4	Persentase Responden Berdasarkan Umur	39
4.5	Persentase Responden Berdasarkan Status Pendidikan	40
4.6	Persentase Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	41
4.7	Persentase Responden Berdasarkan Uang Saku Rata-rata Per Bulan ...	42
4.8	Persentase Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	43
4.9	K-Means Clustering Results, Mean Values	44
4.10	Perbedaan Karakteristik Responden Antar Segmen	48
4.11	Hasil Uji Analisis <i>Independent Sample T-Test</i>	51
4.12	Analisis Perbedaan Penilaian Pada Indikator-indikator Fisik Sekitar, Indikator Sosial Sekitar dan Faktor Situasional Kolateral Berdasarkan Umur	55

4.13	Analisis Perbedaan Penilaian Pada Indikator-indikator Fisik Sekitar, Indikator Sosial Sekitar dan Faktor Situasional Kolateral Berdasarkan Status Pendidikan	56
4.14	Analisis Perbedaan Penilaian Pada Indikator-indikator Fisik Sekitar, Indikator Sosial Sekitar dan Faktor Situasional Kolateral Berdasarkan Status Pekerjaan	57
4.15	Analisis Perbedaan Penilaian Analisis Perbedaan Penilaian Pada Indikator- indikator Fisik Sekitar, Indikator Sosial Sekitar dan Faktor Situasional Kolateral Berdasarkan Uang Saku Rata-rata Per Bulan	58
4.16	Analisis Perbedaan Penilaian Pada indikator-indikator fisik sekitar, indikator sosial sekitar dan faktor situasional kolateral Berdasarkan Jumlah Anggota dalam Keluarga	59



DAFTAR GAMBAR

2.1	Model Lima Tahap Proses Membeli	13
2.2	Kerangka Pemikiran Penelitian	24



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 3 : Uji Persentase
- Lampiran 4 : Uji Cluster
- Lampiran 5 : Uji *Chi Square*
- Lampiran 6 : Uji *Independent Sample T-test*
- Lampiran 7 : Uji Oneway ANOVA
- Lampiran 8 : Data Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 9 : Tabel Distribusi R

**MENILAI FAKTOR-FAKTOR SITUASIONAL DALAM PERILAKU
PEMBELIAN IMPULSIF DITINJAU DARI VARIABEL - VARIABEL
DEMOGRAFIS
(Pada Pembelanja Supermarket di Yogyakarta)**

Disusun Oleh:

Kristina

NPM: 07 03 17051

Pembimbing Utama

Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor situasional dalam perilaku pembelian impulsif dengan maksud memisahkan sejumlah segmen konsumen yang berbeda. Penelitian ini akan mencoba menyediakan jawaban terhadap pertanyaan berikut : apakah terdapat perbedaan faktor-faktor situasional dalam pembelian impulsif ditinjau dari variabel-variabel demografis (jenis kelamin, umur, status pendidikan, status pekerjaan, uang saku rata-rata per bulan, jumlah anggota dalam keluarga) ? Dapatkah efek dari faktor-faktor situasional yang dianalisa dalam pembelian impulsif responden, memungkinkan untuk memisahkan segmen-segmen konsumen yang berbeda ? Hasil yang didapat menyatakan bahwa dalam hal persepsi dampak faktor-faktor situasional dalam perilaku pembelian impulsif, studi memisahkan tiga segmen konsumen : (1) dengan jelas rasional – bebas mempengaruhi, (2) impulsif pada beberapa tingkatan – sensitif pada beberapa stimuli situasional, (3) paling rasional – pada umumnya bebas untuk mempengaruhi. Dalam segmen pertama dan ketiga tak satupun faktor-faktor situasional yang dianalisa mempengaruhi perilaku pembelian impulsif pada tingkatan yang lebih besar. Sebaliknya, dalam pembeli yang impulsif ditemukan seperti teman belanja, lokasi toko, toko yang disusun secara menarik, popularitas produk, display yang dirancang khusus, aroma yang menarik, kuantitas yang lebih besar dari merchandise, aktivitas promosi, kemasan yang lebih besar dan susunan rak, pada beberapa tingkatan dapat mempengaruhi

pembelian impulsif responden dalam berbelanja. Akhirnya, secara keseluruhan hasil yang didapat menunjukkan bahwa faktor-faktor situasional dapat mempengaruhi perilaku pembelian impulsif konsumen pada tingkatan yang lebih besar dari jenis kelamin, dan perilaku seperti itu secara tidak signifikan dipengaruhi oleh umur, pendidikan, status pekerjaan, uang saku rata-rata per bulan dan sejumlah anggota keluarga.

Kata Kunci: *Impulsive Buying, Impulsive Buying Behavior, Situational Factors .*

