

**PENGARUH CIRI-CIRI KEPRIBADIAN IMPULSIF DAN LINGKUNGAN
TOKO PADA PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF DI MINISO**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun oleh:

Christine Mardohar Sinaga

No. Mhs : 15 03 22328

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
JANUARI 2020**

SKRIPSI

**PENGARUH CIRI-CIRI KEPERIBADIAN IMPULSIF DAN LINGKUNGAN
TOKO PADA PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF DI MINISO**

Disusun oleh :

Christine Mardohar Sinaga

No. Mhs : 15 03 22328

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

Tanggal 17 Januari 2020

SKRIPSI

PENGARUH CIRI-CIRI KEPERIBADIAN IMPULSIF DAN LINGKUNGAN TOKO PADA PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF DI MINISO

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Christine Mardohar Sinaga

No. Mhs : 15 03 22328

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 7 Februari 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

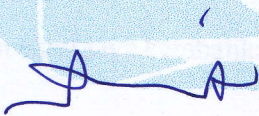
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana
Manajemen (S1)

Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji



Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

Mahestu N Krisjanti, SE., M.Sc., IB., Ph.D.



Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.

Yogyakarta, 7 Februari 2020
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

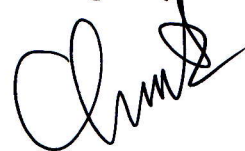
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH CIRI-CIRI KEPERIBADIAN IMPULSIF DAN LINGKUNGAN TOKO PADA PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF DI MINISO

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung 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 akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Januari 2020

Yang menyatakan



Christine Mardohar Sinaga

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala kasih, berkat, bimbingan dan anugerah-Nya yang menyertai penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin selesai tanpa bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan doa, dukungan, bantuan dan motivasi yaitu kepada :

1. Ibu Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pendampingan secara penuh hingga skripsi dapat diselesaikan, terimakasih telah meninggalkan kesan pada saya bahwa proses bimbingan tidak terasa seperti dosen & mahasiswa, tetapi layaknya ibu & anak.
2. Seluruh dosen dan staff Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah mengajar dan memberikan layanan kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
3. Yang terkasih, papa dan mama yang telah menjadi orang tua terbaik serta senantiasa mendoakan dan menguatkan. Terimakasih telah menunggu dan selalu percaya bahwa boru panggoaranmu ini dapat menyelesaikan tanggung jawabnya dengan baik.

4. Para sahabat-sahabatku yang manis Elvianisza, Kezia, dan Windu, I thank God for let me met you all. Terimakasih telah memberikan semangat untuk membuat skripsi ini.
5. Yang tersayang, Josua Efraim, thank you for being the best partner, best friend, best brother since we were in SHS till today. Terimakasih sudah memberikan semangat dan mau mendengarkan keluhanku selama proses pembuatan skripsi ini.
6. Teman-teman kosku dan semua teman-teman yang tidak kalah penting tetapi tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberi dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap bahwa penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, Januari 2020

Penulis

Christine Mardohar Sinaga

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Mintalah, maka akan diberikan kepadamu; carilah, maka kamu akan mendapat; Ketoklah, maka pintu akan dibukakan bagimu.



Matius 7 : 7

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Halaman Motto dan Persembahan	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
Intisari	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1. Pembelian Impulsif.....	11
2.1.1. Definisi Pembelian Impulsif	11
2.1.2. Aspek-aspek Pembelian Impulsif	12
2.1.3. Tipe-tipe Pembelian Impulsif	13
2.1.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif.....	14
2.2. Lingkungan Toko	16
2.2.1. Definisi Lingkungan Toko	16
2.2.2. Karakteristik Lingkungan Toko	17

2.2.3. Lingkungan Toko dan Kecenderungan Pembelian Impulsif	18
2.3. Penelitian Terdahulu.....	20
2.4. Pengembangan Hipotesis	23
2.4.1. Lingkungan Toko	23
2.4.2. Ciri-ciri Kepribadian Impulsif	24
2.4.3. Kecenderungan Membeli Impulsif	25
2.4.4. Dorongan untuk Membeli Secara Impulsif dan Pembelian Impulsif	27
2.5. Kerangka Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1. Lingkup Penelitian.....	29
3.2. Obyek Penelitian	29
3.3. Subyek Penelitian	30
3.4. Lokasi Penelitian	30
3.5. Metode Pengambilan Sampel.....	30
3.6. Metode Pengumpulan Data	30
3.7. Metode Pengukuran Data	32
3.8. Definisi Operasional.....	32
3.9. Metode Pengujian Instrumen.....	36
3.9.1. Uji Validitas	36
3.9.2. Uji Reliabilitas	37
3.10. Metode Analisis Data	38
3.10.1. Analisis Deskriptif	38
3.10.2. Analisis Regresi Berganda	39
3.10.3. Analisis <i>Independent Sample t-Test</i>	41

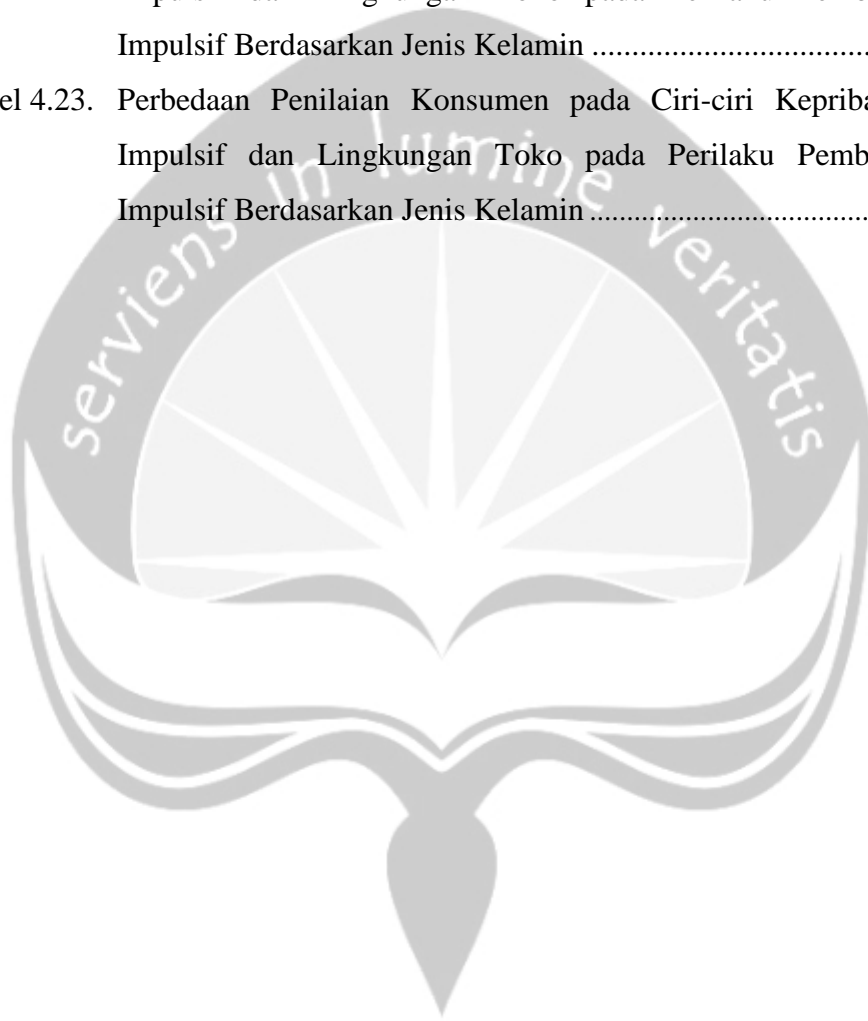
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1. Pertanyaan Filter.....	43
4.2. Karakteristik Demografi Responden	52
4.3. Penilaian Konsumen Pada Variabel Lingkungan Toko dan Ciri-ciri Kepribadian Impulsif.....	51
4.3.1. Penilaian Konsumen Pada Sub Variabel Pencahayaan dan Musik	51
4.3.2. Penilaian Konsumen Pada Sub Variabel Karyawan pada Toko	52
4.3.3. Penilaian Konsumen Pada Sub Variabel Warna dan Aroma Toko	53
4.3.4. Penilaian Konsumen Pada Sub Variabel Keramaian yang Terdapat didalam Toko.....	54
4.3.5. Penilaian Konsumen Pada Sub Variabel Tata Letak Toko	55
4.3.6. Penilaian Konsumen Pada Sub Variabel Tampilan Produk Toko.....	55
4.3.7. Penilaian Konsumen Pada Variabel Kecenderungan Membeli Secara Impulsif	56
4.3.8. Penilaian Konsumen Pada Variabel Dorongan Untuk Membeli.....	57
4.3.9. Penilaian Konsumen Pada Variabel Membeli Secara Impulsif.....	57
4.3.10. Penilaian Konsumen Pada Variabel Ciri-ciri Kepribadian Impulsif.....	58
4.4. Pengaruh Lingkungan Toko dan Ciri-ciri Kepribadian Impulsif Terhadap Kecenderungan Membeli Impulsif	59
4.4.1. Uji F.....	60
4.4.2. Uji t.....	62
4.5. Pengaruh Kecenderungan Membeli Impulsif dan Ciri-ciri Kepribadian Impulsif Terhadap Pembelian Impulsif.....	67

4.5.1. Uji F.....	67
4.5.2. Uji t.....	69
4.6. Pengaruh Kecenderungan Membeli Impulsif Terhadap Pembelian Secara Impulsif.....	71
4.6.1. Uji F.....	71
4.6.2. Uji t.....	72
4.7. Perbedaan Penilaian Konsumen pada Lingkungan Toko dan Ciri-ciri Kepribadian Impulsif pada Perilaku Pembelian Impulsif Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
4.8. Perbedaan Penilaian Konsumen pada Lingkungan Toko dan Ciri-ciri Kepribadian Impulsif pada Perilaku Pembelian Impulsif Berdasarkan Pendapatan.....	75
BAB V PENUTUP	77
5.1. Kesimpulan	77
5.2. Implikasi Manajerial	78
5.3. Saran	79
5.4. Keterbatasan Penelitian	79
DAFTAR PUSTAKA	80

DAFTAR TABEL

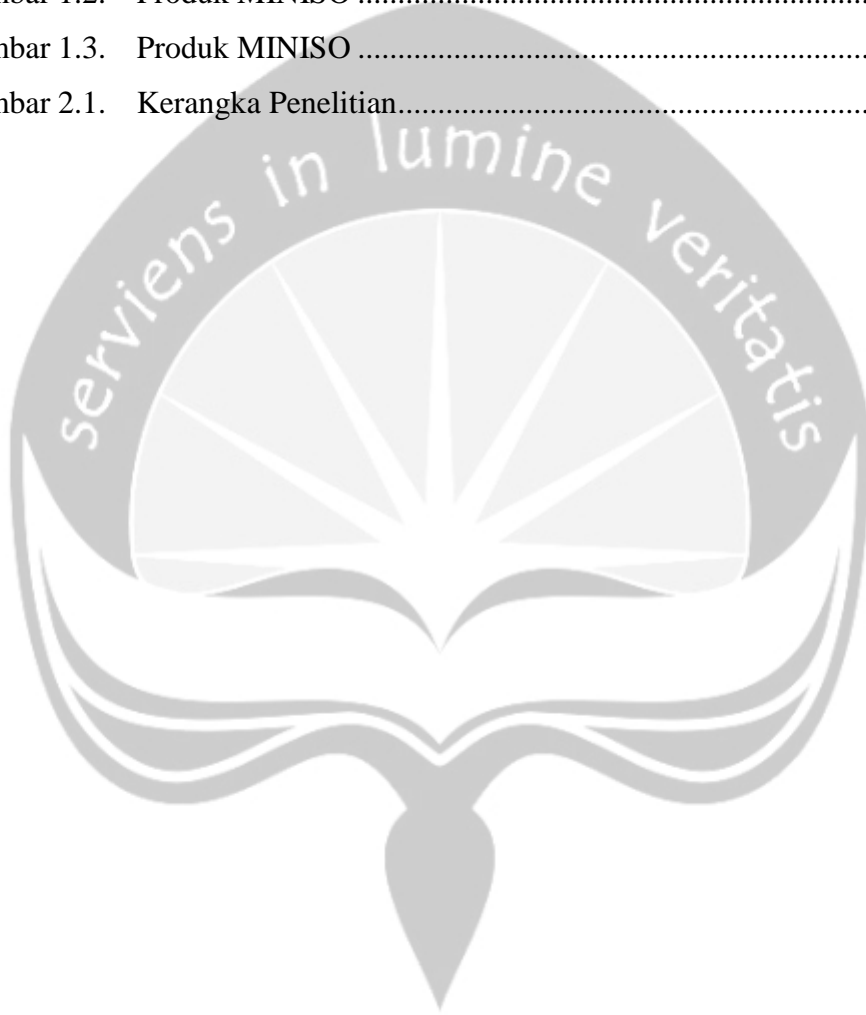
	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel Penelitian	32
Tabel 4.1. Pertanyaan Filter Pertama	44
Tabel 4.2. Pertanyaan Filter Kedua.....	44
Tabel 4.3. Pertanyaan Filter Ketiga.....	45
Tabel 4.4. Pertanyaan Filter Keempat.....	45
Tabel 4.5. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.6. Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.7. Distribusi Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	48
Tabel 4.8. Distribusi Responden Berdasar Pendapatan Rata-rata Per Bulan	48
Tabel 4.9. Distribusi Responden Berdasar Produk MINISO yang Dibeli ...	49
Tabel 4.10. Penialian Konsumen pada Sub Variabel Pencahayaan dan Musik	51
Tabel 4.11. Penilaian Konsumen pada Sub Variabel Karyawan pada Toko..	52
Tabel 4.12. Penilaian Konsumen pada Sub Variabel Warna dan Aroma Toko	53
Tabel 4.13. Penialian Konsumen pada Sub Variabel Keramaian yang Terdapat Didalam Toko	54
Tabel 4.14. Penilaian Konsumen pada Sub Variabel Tata Letak Toko	55
Tabel 4.15. Penilaian Konsumen pada Sub Variabel Produk Toko	56
Tabel 4.16. Penilaian Konsumen pada Variabel Dorongan Membeli Impulsif	57
Tabel 4.17. Penilaian Konsumen pada Variabel Membeli Secara Impulsif ..	57
Tabel 4.18. Penilaian Konsumen Berdasar Pada Ciri-ciri Kepribadian Impulsif	58
Tabel 4.19 Pengaruh Lingkungan Toko dan Ciri-ciri Kepribadian Impulsif Terhadap Kecenderungan Membeli Impulsif.....	60

Tabel 4.20. Pengaruh Kecenderungan Membeli Impulsif dan Ciri-ciri Kepribadian Impulsif Terhadap Pembelian Impulsif.....	67
Tabel 4.21. Pengaruh Kecenderungan Membeli Impulsif Terhadap Pembelian Secara Impulsif.....	71
Tabel 4.22. Perbedaan Penilaian Konsumen pada Ciri-ciri Kepribadian Impulsif dan Lingkungan Toko pada Perilaku Pembelian Impulsif Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 4.23. Perbedaan Penilaian Konsumen pada Ciri-ciri Kepribadian Impulsif dan Lingkungan Toko pada Perilaku Pembelian Impulsif Berdasarkan Jenis Kelamin	75



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Logo MINISO	2
Gambar 1.2. Produk MINISO	3
Gambar 1.3. Produk MINISO	4
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian.....	23



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuesioner
- Lampiran II Data Jawaban Responden
- Lampiran III Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran IV Analisis Persentase
- Lampiran V Analisis Regresi
- Lampiran VI Analisis *Independent Sample t-Test*
- Lampiran VII Tabel Distribusi R 5%



PENGARUH CIRI-CIRI KEPERIBADIAN IMPULSIF DAN LINGKUNGAN TOKO PADA PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF DI MINISO

Disusun oleh :

Christine Mardohar Sinaga

No. Mhs : 15 03 22328

Pembimbing:

MF. Shellyana Junaedi

**Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No.43, Yogyakarta 55281**

Intisari

Aktivitas berbelanja merupakan aktivitas yang hampir setiap hari dilakukan oleh banyak orang. Berbelanja merupakan salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) atau keinginan (*wants*). Perilaku konsumen dalam berbelanja terbagi menjadi dua jenis yaitu perilaku pembelian yang terencana atau kompulsif dan perilaku pembelian yang tidak terencana atau impulsif.

Penelitian ini akan dilakukan pada 200 orang yang pernah mengalami dan melakukan pembelian secara impulsif di MINISO. Metode analisis data yang digunakan terdiri dari analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda dan analisis *independent sample t-test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Pencahayaan dan musik, karyawan pada toko, warna dan aroma toko, keramaian yang terdapat didalam toko, tata letak toko, tampilan produk toko, dan sikap kepribadian membeli secara impulsif secara positif dan signifikan mampu memprediksi kecenderungan responden untuk membeli secara impulsif. 2) Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen pada variabel lingkungan toko dan ciri-ciri kepribadian impulsif berdasarkan jenis kelamin. 3) Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen pada variabel lingkungan toko dan ciri-ciri kepribadian impulsif berdasarkan pendapatan.

Kata kunci: Pencahayaan dan musik, karyawan toko, warna dan aroma toko, keramaian yang terdapat di dalam toko, tata letak toko, tampilan produk toko, dan ciri-ciri kepribadian impulsif.