

**PERAN FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI
TUKU-TUKU STORE**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

Artika Tyas Puspitasari

17.1041.1057

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2022

**PERAN FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI
TUKU-TUKU STORE**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

Artika Tyas Puspitasari

17.1041.1057

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2022**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Artika Tyas Puspitasari

NIM : 1710411057

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : PERAN FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI TUKU-TUKU STORE; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Januari 2022

Yang menyatakan,



Artika Tyas Puspitasari

NIM. 17.1041.1057

SKRIPSI

PERAN FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI
TUKU-TUKU STORE


Oleh :

ARTIKA TYAS PUSPITASARI

NIM. 17.10411.057

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Maheni Ika Sari, SE., M.M



Dosen Pembimbing Pendamping : Dr Haris Hermawan, SE., MM




PENGESAHAN

Skripsi berjudul; *Peran Faktor Situasional terhadap Impulse Buying di Tuku-tuku Store* telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Artika Tyas Puspitasari
NIM : 1710411057
Hari : Sabtu
Tanggal : 02 Juli 2022
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember


Tim Penguji,


Bayu Wijayantini SE. M.M
NPK : 1979021711009661

Anggota 1


Maheni Ika Sari S.E., MM.
NIP : 197708112005012001

Anggota 2


Dr Haris Hermawan, SE., MM
NPK : 15 03 643

Mengesahkan :



Maheni Ika Sari S.E., MM
NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi,


Achmad Hasan Hafidzi SE., MM
NPK : 1986051411703796

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul PERAN FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI TUKU-TUKU STORE, skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan segala nikmat yang tak terhingga. Terimakasih atas ridho dan kehendak-Mu sehingga hambaMu ini dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Dr. Hanafi M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Maheni Ika Sari, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Bayu Wijyantini, SE., MM selaku dosen penguji, Maheni Ika Sari, SE. MM selaku pembimbing utama dan Haris Hermawan, SE., MM selaku dosen pembimbing pendamping skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua Bapak Mohamad Khoiri dan Ibu Sudarti yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan hati mencurahkan cinta, kasih sayang serta doa beliau dan dukungan yang tiada pernah berhenti dalam penyusunan skripsi ini.
7. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan masukan dan saran dari semua pihak. Artinya penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, Januari 2022

Penulis

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan banyak-banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Allah Subhanahu Wata'ala, karena hanya atas izin dan karunianyalah maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga pada Tuhan penguasa alam yang meridhoi dan mengabulkan segala do'a.
2. Terimakasih kepada Orang tua Ayahanda Mohamad Khoiri dan Ibu Sudarti yang selalu memahami, membimbing, mempermudah, mensupport, menasehati tidak peduli bagaimanapun keadaannya dan juga yang selalu mendoakan saya setiap detik waktu yang mereka lalui disetiap hembusan nafasnya.
3. Bayu Wijyantini, SE, MM., selaku dosen penguji, Maheni Ika Sari, SE. MM selaku pembimbing utama dan Haris Hermawan SE. MM. selaku dosen pembimbing pendamping skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
4. Terimakasih kepada Papupi Widyastuti selaku owner toko-tuku store yang telah memberikan izin untuk saya meneliti.
5. Terimakasih kepada sahabat MERDEKA dan teman-teman Fakultas Ekonomi angkatan 2017 khususnya kelas B yang sudah memberikan tawa dan mau berjuang bersama.
6. Terimakasih kepada Vira Nisa, Fisyatul Farrah, Devi Lestari sebagai orang yang selalu menemani langkah saya tahap demi tahap di perantauan.
7. Terimakasih kepada almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Jember.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Konsep Pemasaran	9
2.1.3 Perilaku Konsumen	10
2.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	12
2.1.5 Faktor Situasional	15
2.1.6 <i>Impulse Buying</i>	19
2.1.7 Pembelian Impulsif dalam pandangan Islam	20
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Konseptual	24
2.4 Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Identifikasi Variabel.....	27
3.2 Definisi Operasional Variabel	27
3.3 Rancangan Penelitian	29
3.4 Jenis Data Penelitian	30
3.4.1 Data Primer	30
3.4.2 Data Sekunder	30
3.5 Populasi dan sampel	30

3.5.1	Populasi.....	30
3.5.2	Sampel.....	31
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel	31
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.7	Teknik Analisis Data.....	33
3.7.1	Statistik Deskriptif	33
3.7.2	Uji Instrumen Data.....	33
3.7.2.1	Uji Validitas	33
3.7.2.2	Uji Reliabilitas	33
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
3.7.4	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.7.4.1	Uji Normalitas.....	34
3.7.4.2	Uji Multikolonieritas.....	35
3.7.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.7.4.4	Uji Autokorelasi	35
3.7.5	Uji Hipotesis.....	36
3.7.5.1	Uji t	36
3.7.6	Koefisien Determinasi (R^2).....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		37
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
4.1.1	Sejarah Singkat Tuku-tuku Store.....	37
4.1.2	Visi dan Misi.....	37
4.1.3	Daerah Pemasaran.....	38
4.1.4	Peluang Pasar.....	38
4.1.5	Faktor Situasional pada Tuku-tuku Store.....	38
4.2	Hasil Analisis Data.....	39
4.2.1	Hasil Statistik Deskriptif.....	39
4.2.1.1	Statistik Deskriptif Responden.....	39
4.2.1.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	41
4.2.2	Pengujian Instrumen Penelitian.....	52
4.2.2.1	Pengujian Validitas Data.....	52
4.2.2.2	Pengujian Reliabilitas Data.....	53
4.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
4.2.4	Uji Asumsi Klasik.....	55
4.2.4.1	Pengujian Normalitas.....	55
4.2.4.2	Pengujian Multikolonieritas.....	56
4.2.4.3	Pengujian Heteroskedastisitas.....	56
4.2.4.4	Pengujian Autokorelasi.....	57
4.2.5	Uji Hipotesis.....	58
4.2.5.1	Uji t	59

4.2.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	59
4.3 Pembahasan.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perilaku <i>Impulse</i> di Indonesia.....	4
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Indikator <i>Store Atmosphere</i>	41
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Indikator <i>Store Design</i>	42
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Indikator <i>Employee Assistance</i>	42
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Keterbatasan Waktu singkat dalam memutuskan pembelian.....	43
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Terburu-buru.....	44
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Merasa lebih cepat ..	44
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Indikator <i>Crowded</i>	45
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Indikator <i>Too Busy</i>	46
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Indikator <i>Too Many Shoppers</i>	46
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Indikator <i>Confined/spacious</i>	47
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Indikator <i>Cramped</i>	47
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Indikator <i>Give on openfeeling</i>	48
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Indikator <i>Can Move at my own pace</i>	49
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Spontanitas.....	49
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kekuatan	50
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kegairahan dan Stimulus	51
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Ketidak pedulian akibat	51
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Validitas	52
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	53
Tabel 4.22 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
Tabel 4.23 Hasil Uji Multikolonieritas	56
Tabel 4.24 Hasil Uji Autokorelasi.....	58
Tabel 4.25 Hasil Uji t	58
Tabel 4.26 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	55
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57

