

**PERAN FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF  
DI TOKO BASMALAH PAKUSARI**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1)**



**Oleh :  
DEVI LESTARI**

**16.1041.1113**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2020**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : Devi Lestari

N I M : 1610411113

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : PERAN FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF DI TOKO BASMALAH PAKUSARI; 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 dituntuty di muka hokum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak – pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 06 Juli 2020

Yang menyatakan,



Devi Lestari

NIM. 16.1041.1113

**SKRIPSI**

**PERAN FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN IMPULSIF DI TOKO BASMALAH PAKUSARI**

Oleh :

DEVI LESTARI

NIM. 16.1041.1113

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Maheni Ika Sari, SE,MM



Dosen Pembimbing Pendamping : Achmad Hasan Hafidzi, SE,MM



## PENGESAHAN

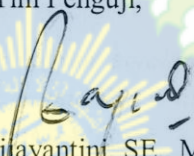
Skripsi berjudul; *Peran Faktor Situasional Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif di Toko Basmalah Pakusari*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

H a r i : Senin

Tanggal : 06 Juli 2020


Tempat : Fakultas Ekonomi dan Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

  
Bayu Wijayantini, SE., MM


NPK: 1979021711009661

Anggota 1,

  
Maheni Ika Sari, SE., MM

NPK: 197708112005012001

Anggota 2,

  
Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM

NPK: 15 09 647


Mengesahkan

Dekan

  
Maheni Ika Sari, SE., MM

NPK: 197708112005012001

Ketua Program Studi

  
Haris Hermawan, SE., MM

NPK: 15 03 643

## MOTTO

*“Jangan pernah menyerah ketika Anda masih mampu berusaha lagi. Tidak ada kata berakhir sampai anda berhenti mencoba”*

(Brian Dyson)

*“Bila air yang sedikit dapat menyelamatkanmu (dari rasa haus. Tak perlu meminta air begitu banyak yang barangkali dapat membuatmu tenggelam. Maka selalulah belajar cukup dengan apa yang kamu miliki.”*

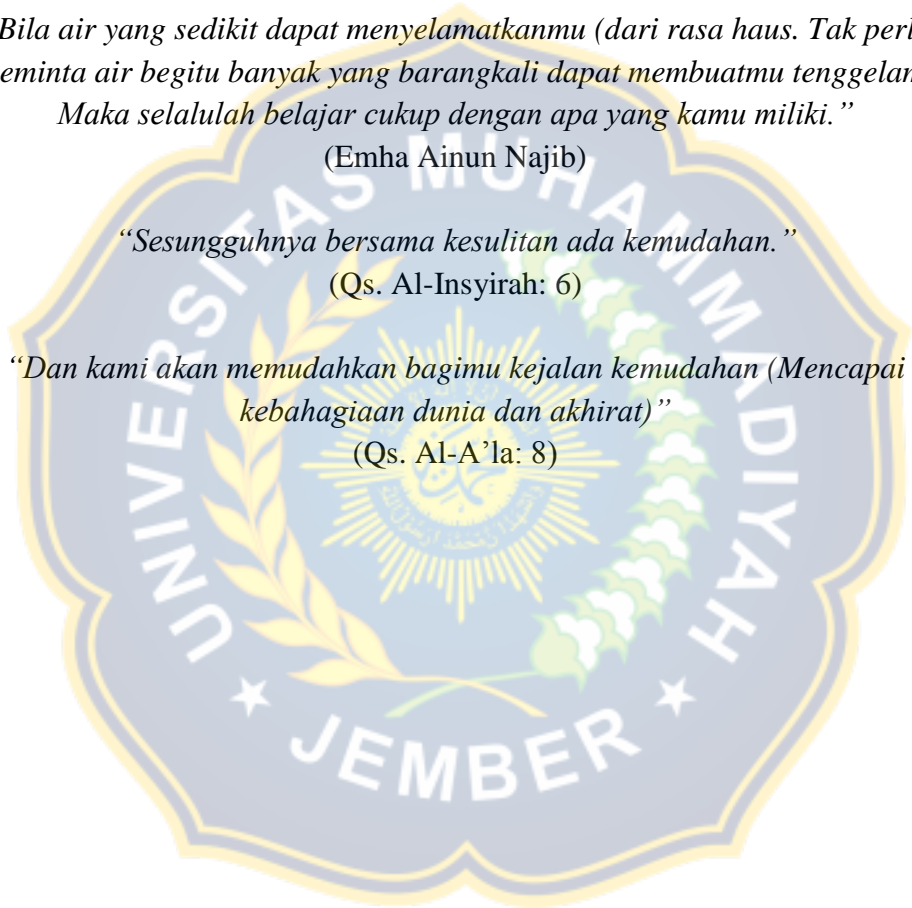
(Emha Ainun Najib)

*“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”*

(Qs. Al-Insyirah: 6)

*“Dan kami akan memudahkan bagimu kejalan kemudahan (Mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat)”*

(Qs. Al-A’la: 8)



## PERSEMBAHAN

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

1. Kedua orang tua yang sangat saya cintai dan hormati, atas segala doa dan kasih sayang, dukungan, nasihat, kesabaran, keikhlasan, ketulusan, dan segala pengorbanan dalam membimbing dan mendidik saya, sehingga saya bisa berada di titik ini. Terima kasih tak terhingga semua yang telah diberikan. Begitupun kepada kakak saya, terimakasih atas segala doa, semangat, nasihat, dan dukungannya.
2. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember, serta guru-guru sejak Taman Kanak-kanak sampai dengan Perguruan Tinggi yang telah bersedia memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dengan sabar dan ikhlas serta selalu memotivasi diri ini untuk selalu menggali ilmu lebih banyak lagi.
3. Sahabat-sahabatku, terimakasih atas doa, bantuan, semangat yang diberikan kepada saya;
4. Dan almamater yang saya banggakan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

## ABSTRAK

### PERAN FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF (Studi Kasus Toko Basmalah Pakusari)

Oleh :

**Devi Lestari**

**1610411113**

Pemasaran memegang peran yang cukup vital bagi kelangsungan usaha bisnis. Kemampuan perusahaan untuk memberikan stimuli tentunya akan memberikan dampak pada pengambilan keputusan pembelian konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1) pengaruh peran *Store Envirotment* terhadap keputusan pembelian impulsive, 2) pengaruh peran *Time Pressure* terhadap pembelian impulsive, 3) pengaruh peran *Preceived Crowding* terhadap pembelian impulsive. Desain penelitian ini adalah eksplanatori (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Toko Basmalah Pakusari Jember. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di Toko Basmalah Pakusari. Jumlah sampel 140 orang dengan teknik sampling purposive. Data dikumpulkan dengan kuesioner dan dianalisis dengan regresi linier berganda. Hasil pengujian hipotesis menyimpulkan bahwa: 1) *Store Envirotement* berpengaruh terhadap keputusan pembelian impulsive, 2) *Time Pressure* berpengaruh terhadap keputusan pembelian impulsive, 3) *Perceived Crowding* berpengaruh terhadap pembelian impulsive. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian diterima dan terbukti secara statistic. Dapat dipahami bahwa setiap terjadi peningkatan variable bebas akan diikuti dengan peningkatan pada variable terikat dan sebaliknya.

**Kata Kunci :** Faktor situasional, Pembelian Impulsif

## **ABSTRACT**

### **THE ROLE OF SITUASIONAL FACTORS ON IMPULSIVE PURCHASING DECISION (Case Study of Basmalah Store in Pakusari)**

**By:**

**Devi Lestari**

**1610411113**

*Marketing plays a vital role for business continuity. The company's ability to provide certain stimuli will have an impact on consumer purchasing decisions. The purpose of this study was to determine and analyze: 1) the effect of the role of Time Pressure on impulsive buying, 2) the effect of the role of Perceived Crowding on impulsive buying, 3) the effect of the role of Time Pressure on impulsive buying. This research design is explanatory (explanatory research) with a quantitative approach. This research was conducted at the Basmalah Store in Pakusari. The population in this study were all consumers in the Basmalah Pakusari Store. The number of samples amounted to 140 peoples with a purposive sampling technique. The data were collected by questionnaire and analyzed by multiple linear regression. The results of hypothesis testing concluded that: 1) Store Environment influences impulsive buying, 2) Time Pressure affects the impulsive buying, 3) Perceived Crowding influences impulsive purchases. Thus the hypothesis in this study was accepted and statistically proven. It is understood that every increase in the independent variable will be followed by an increase in the dependent variable and vice versa.*

**Keyword :** *Situasioanl Factor, Impulsive Buying*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmad dan hidayah-Nya yang menganugerahkan segala kemurahan hati serta memudahkan di segala urusan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran Faktor Situasional Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif di Toko Basmalah Pakusari”, shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak baik itu berupa doa, dukungan/dorongan/motivasi, saran, dan inspirasi. Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Ibu Dr. Arik Susbiyani, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember;
3. Bapak Haris Hermawan, SE,MM. Selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember;
4. Ibu Maheni Ika Sari, SE,MM. Selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan bimbingan, arahan, dukungan, semangat, motivasi, kritik, dan saran dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Bapak Ahmad Hasan Hafidzi, SE,MM. Selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan bimbingan, arahan, dukungan, semangat, motivasi, kritik, dan saran dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini;
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang memberikan ilmu bermanfaat dan barokah selama masa perkuliahan;
7. Seluruh karyawan dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember khususnya Program S1 Manajemen yang telah membantu dalam memenuhi kelengkapan berkas persyaratan kelulusan;

8. Kepala Toko Basmalah Bapak Maimun dan seluruh karyawan Toko Basmalah Pakusariyang telah bersedia meluangkan waktu dan mendukung kelancaran dalam pengerjaan skripsi ini sebagai objek penelitian;
9. Kepada orangtuaku Ayahanda Juwono, Ibunda Sunanik, dan kakakku Khusnul Fitriana yang selalu mendukung dalam bentuk apapun termasuk doa yang selalu dipanjatkkkan kepada Allah SWT;
10. Sahabat, saudara, dan temanku dari jaman mahasiswa baru Neni Sulistyoningsih;
11. Sahabat, saudara, dan teman sambatku Firsya di kost Puri Zitata dan teman-teman kos lainnya khususnya Artika dan Kiki;
12. Sahabat-sahabatku grup teman main enak-enak *team* kopi Gogon Alun-Alun Jember, Edwin, Aldi, Teduh, Fathur, Rengga, Robi, Femmy;
13. Sahabat, saudara, penyemangat dan memotivasiku terutama Triska dan *girls squad*, Mak Era, Puds, Lingga, Risalatulinti, Diska, Rina;
14. Sahabat-sahabatku manajemen-C angkatan 2016;
15. Sahabat-sahabatku *ex.* WR LAMBADA, Andre, Marco, Mas Andi;
16. Keluarga KKN 18 Desa Sukowiryo Kecamatan Jelbuk yang saya sayangi;
17. Semua pihak yang membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa tidak ada sesuatu yang sempurna di dunia ini, termasuk dalam penyusunan skripsi yang masih yang masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mohon maaf apabila apabila terdapat salah kata ataupun penulisan dalam skripsi ini, mohon sekiranya dimaafkan. Demikian, besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan bernilai positif bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pihak yang membutuhkan.

Jember, 06 Juli 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI</b> .....	8
2.1 Konsep Pemasaran .....	8
2.2 Perilaku Konsumen .....	9
2.3 Pembelian Impulsif ( <i>Impulsive Buying</i> ) .....	13
2.4 Faktor Situasional .....	15
2.5 Penelitian Terdahulu .....	17
2.6 Kerangka Konseptual .....	21
2.7 Hipotesis .....	22
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	24
3.1 Identifikasi Variabel .....	24
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	24
3.3 Rancangan Penelitian .....	26

3.4 Jenis dan Sumber Data .....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Sampel .....	26
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.7 Analisis Data .....	28
3.8 Uji Asumsi Klasik .....	30
3.9 Uji Hipotesis .....	31
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	32
4.2 Deskripsi Responden .....	36
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	37
4.4 Hasil Analisis Data .....	41
4.5 Pembahasan .....	47
<b>BAB 5 PENUTUP .....</b>	<b>52</b>
5.1 Kesimpulan .....	52
5.2 Saran .....	52
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>54</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Perilaku Impulsif di Indonesia (Tahun 2007-2011) .....	2
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Umur .....	36
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Pendidikan.....	37
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Pekerjaan.....	37
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden terhadap <i>Store Envirotemen</i> .....	38
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden terhadap <i>Time Pressure</i> .....	39
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden terhadap <i>Perceived Crowding</i> .....	49
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Pembelian Impulsif .....	40
Tabel 4.9 Validitas Instrumen .....	42
Tabel 4.10 Reliabilitas Instrumen.....	43
Tabel 4.11 Uji Normalitas Data dengan One-Sample Kolmogrov-Smirnov test.....	43
Tabel 4.12 Hasil Analisis Linier Berganda .....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas .....	45
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser .....	46

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	21
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Basmalah Pakusari .....	35
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	46



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Kuesioner Pertanyaan Responden.....	58
Lampiran 2 Tabulasi Responden .....	62
Lampiran 3 Tabulasi Variabel .....	65
Lampiran 4 Data Deskripsi Frekuensi Responden .....	70
Lampiran 5 Uji Validitas .....	72
Lampiran 6 Dokumentasi .....	73

