

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*