

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kasih dan karunia-Nya, sehingga tugas akhir ini yang berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PEMBELIAN IMPULSIF KONSUMEN INDOMARET DI INDONESIA”** dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Dalam penulisan tugas akhir ini saya menyadari bahwa banyak pihak yang terlibat dengan membantu memberikan semangat dan bimbingan serta doa sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan sesuai dengan sebagaimana semestinya. Oleh karena itu saya ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya untuk semua pihak yang telah terlibat dalam proses hingga tugas akhir ini terselesaikan, yaitu kepada:

1. Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA Ph. D., selaku Dekan dari Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan.
2. Isana S.C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi, Jurusan Management, Universitas Pelita Harapan.
3. Dr. Margaretha Pink Berlianto SE., M.M, Ak., CA., selaku Dosen Pembimbing telah membimbing, memberikan masukan dan juga nasihat yang sangat membantu dalam proses penulisan tugas akhir ini.
4. Dr. Innocentius Bernarto, S.T., M.M., M.Si., selaku Pembimbing Akademik selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.

5. Bapak dan Ibu dosen pengajar di Universitas Pelita Harapan Karawaci yang sudah memberikan ilmu selama perkuliahan.
6. Orang Tua dan kedua kakak perempuan saya yang telah memberikan motivasi serta dukungan baik secara moral ataupun secara materil sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kepada Jovin yang selalu mendukung, membantu dan memberikan perhatian kepada saya.
8. Kepada sahabat-sahabat serta teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
9. Semua pihak lain yang telah terlibat didalam pembuatan tugas akhir ini yang namanya tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Akhir kata, saya menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna karena masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik serta saran dari para pembaca dapat berguna untuk menyempurnakan kekurangan yang ada dalam tugas akhir ini. Diharapkan, penelitian ini dapat bermanfaat untuk penelitian lainnya atau bagi para pihak yang membutuhkan.

Tangerang, 25 November 2020

Tifani

DAFTAR ISI

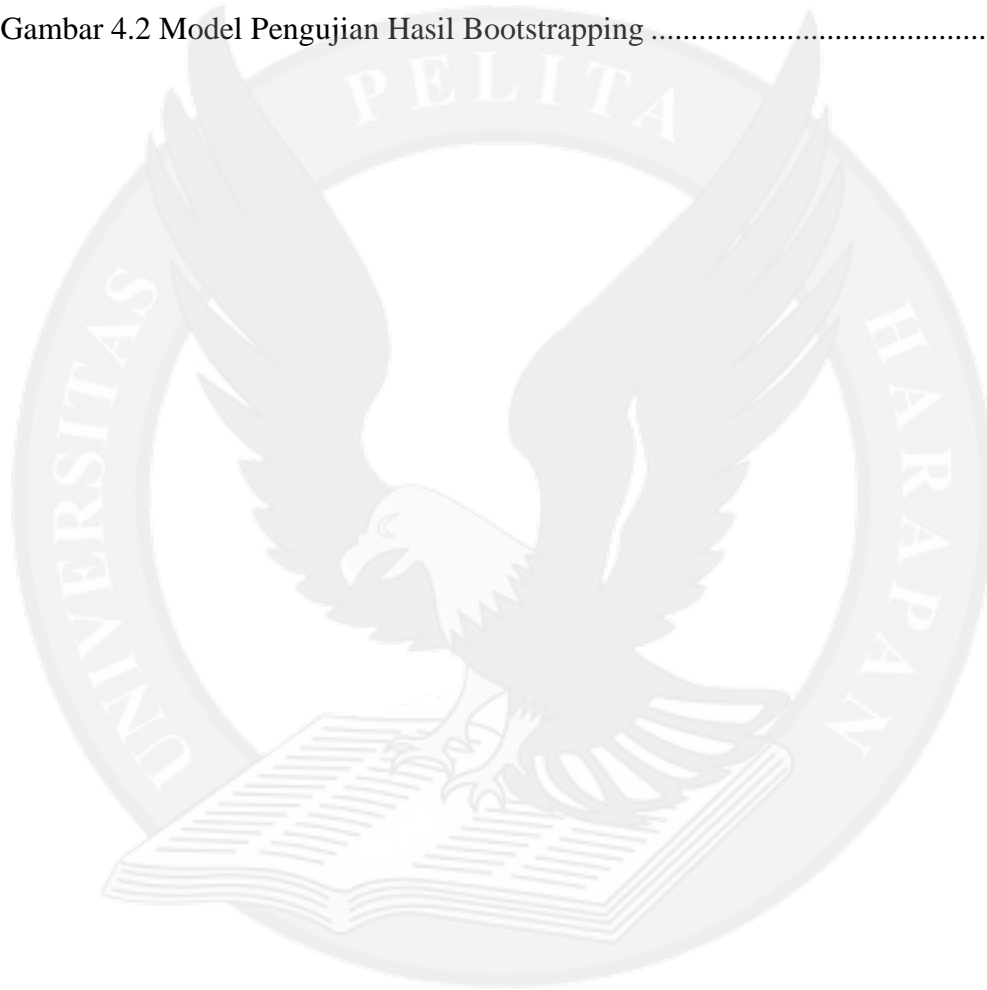
JUDUL	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Shopping Enjoyment Tendency	11
2.2 Pre-shopping Preparation Tendency	12
2.3 Urge to Purchase	13
2.4 Positive Affect.....	14
2.5 Negative Affect	15
2.6 Impulse Buying Tendency	16
2.7 Impulse Buying	18
2.8 Pengembangan Hipotesis	20
2.9 Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	26
3.2 Unit Analisis	27
3.3 Jenis Penelitian.....	28

3.4 Definisi Konseptual dan Operasional	28
3.5 Populasi dan Sampel	34
3.6 Metode Pengumpulan Data	36
3.7 Skala Pengukuran	37
3.8 Metode Analisis Data	38
3.8.1 Statistik Deskriptif	38
3.8.2 Statistik Inferensial	39
3.8.2.1 Partial Least Squares-Structural Equation Modelling	40
3.8.2.2 Evaluasi Model	40
3.8.2.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	41
3.8.2.2.1 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Profil Responden	44
4.1.1 Jenis Kelamin	44
4.1.2 Usia	45
4.1.3 Status Pernikahan	46
4.1.4 Jumlah Anggota Keluarga	46
4.1.5 Domisili	47
4.1.6 Intensitas Berbelanja di Indomaret Dalam Tiga Bulan Terakhir	48
4.2 Uji Studi Pendahuluan	49
4.2.1 Uji Studi Pendahuluan I	50
4.2.1.1 Uji Validitas Studi Pendahuluan I	50
4.2.1.2 Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan I	52
4.2.2 Uji Studi Pendahuluan II	53
4.2.2.1 Uji Validitas Studi Pendahuluan II	54
4.2.2.2 Uji Reabilitas Studi Pendahuluan II	56
4.3 Statistik Deskriptif	57
4.3.1 Shopping Enjoyment Tendency	58
4.3.2 Pre-shopping Preparation Tendency	59
4.3.3 Urge to Purchase	60
4.3.4 Positive Affect	62
4.3.5 Negative Affect	63
4.3.6 Impulse Buying Tendency	64

4.3.7 Impulse Buying	65
4.4 Statistik Inferensial.....	67
4.4.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	67
4.4.1.1 Pengujian Model Pengukuran	67
4.4.1.1.1 Pengujian Reliabilitas.....	67
4.4.1.1.2 Pengujian Validitas	68
4.4.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	71
4.4.2.1 Uji R-Square	72
4.4.2.2 Uji Multikolonieritas.....	72
4.4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis	73
4.5 Pembahasan Hipotesis.....	77
4.5.1 Pembahasan Hipotesis 1	77
4.5.2 Pembahasan Hipotesis 2	78
4.5.3 Pembahasan Hipotesis 3	79
4.5.4 Pembahasan Hipotesis 4	80
4.5.5 Pembahasan Hipotesis 5	82
4.5.6 Pembahasan Hipotesis 6	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Implikasi Teoritis	84
5.3 Impilkasi Manajerial	88
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	92
5.5 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Gerai Retail	4
Gambar 1.3 Pemilihan Gerai Ritel Oleh Konsumen.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1 Model Struktural Path Coefficients.....	71
Gambar 4.2 Model Pengujian Hasil Bootstrapping	74



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Karakteristik Ritel Modern	2
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional	29
Tabel 4.1 Profil Responden Dalam Kategori Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Profil Responden Dalam Kategori Usia.....	45
Tabel 4.3 Profil Responden Dalam Kategori Status Pernikahan	46
Tabel 4.4 Profil Responden Dalam Kategori Jumlah Anggota Keluarga	47
Tabel 4.5 Profil Responden Dalam Kategori Domisili	47
Tabel 4.6 Profil Responden Dalam Kategori Intensitas Berbelanja di Indomaret Dalam Tiga Bulan Terakhir	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Convergent Studi Pendahuluan I	50
Tabel 4.8 Uji Average Variance Extracted (AVE) Studi Pendahuluan I.....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Lacker) Studi Pendahuluan I	52
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan I.....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan II.....	54
Tabel 4.12 Uji Average Variance Extracted (AVE) Studi Pendahuluan II.....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Lacker) Studi Pendahuluan II	56
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Composite Reliability Studi Pendahuluan II	56
Tabel 4.15 Statistik Deskriptif Shopping Enjoyment Tendency.....	58
Tabel 4.16 Statistik Deskriptif Pre-shopping Preparation Tendency.....	59
Tabel 4.17 Statistik Deskriptif Urge to Purchase.....	61
Tabel 4.18 Statistik Deskriptif Positive Affect	62
Tabel 4.19 Statistik Deskriptif Negative Affect.....	63
Tabel 4.20 Statistik Deskriptif Impulse Buying Tendency	64
Tabel 4.21 Statistik Deskriptif Impulse Buying.....	66
Tabel 4.22 Uji Reliabilitas Composite Reliability Aktual	68
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Convergent Aktual	68
Tabel 4.24 Uji Average Variance Extracted (AVE) Aktual	69
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Lacker) Aktual	70
Tabel 4.26 Hasil Uji R-Square	72
Tabel 4.27 Hasil Uji Multikolonieritas (VIF)	73
Tabel 4.28 Hasil Uji Hipotesis	74
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis).....	85
Tabel 5.2 Perbandingan Desain Penelitian	87

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUISIONER PENELITIAN	A-1
LAMPIRAN B HASIL PENGOLAHAN DATA <i>ACTUAL TEST</i> DENGAN PROGRAM SMARTPLS 3.0 PENELITIAN	B-1

