

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas kuasa karunianya, berkat serta hikmat yang telah diberikan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang memiliki judul **“ANALISIS PENGARUH FAKTOR SITUASIONAL DAN NON SITUASIONAL PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI GIANT HARAPAN INDAH, BEKASI”** dengan lancar dan tepat waktu, dimana Tugas Akhir ini menjadi salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata satu Universitas Pelita Harapan.

Peneliti mengetahui tanpa adanya dorongan, dukungan, semangat dan bimbingan dari berbagai pihak, peneliti tidak akan dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini, Oleh sebab itu, peneliti ini memberikan ucapan terima kasih sebanyak banyaknya kepada pihak pihak yang sudah ikut turut serta membantu dalam proses pembuatan tugas akhir ini yaitu kepada:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph. D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
2. Bapak Niel B. Nielson, MA., Ph. D selaku Penasihat Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Bapak Danet Arya Patria, S.E., M.B.A., selaku Ketua Konsentrasi Retail.
5. Bapak Bambang Supnang, S.Si.,M.Si selaku Pembimbing Akademik peneliti di tahun 2017 sampai sekarang.

6. Bapak Hendra Achmadi, S.E., M.Mktg., sebagai Dosen Pembimbing Skripsi yang telah menyertai dari awal pembuatan skripsi, memberikan waktunya untuk melakukan bimbingan setiap waktu, memberikan ilmu pengetahuan serta dengan senantiasa memberikan dukungan secara terus menerus kepada peneliti.
7. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan yang sudah berkontribusi dalam proses pendidikan yaitu berbagi ilmu dan membagikan pengalaman yang berharga selama peneliti menuntut ilmu perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.
8. Staf Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen yang telah membantu peneliti dalam kegiatan administratif selama perkuliahan.
9. Orang tua, saudara kandung, dan anggota keluarga yang tiada henti memberikan doa, motivasi, dukungan, dan kasih sayang kepada peneliti.
10. Dian, Stefani, dan seluruh teman-teman yang dengan senantiasa membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan Tugas Akhir.

Peneliti menyadari bahwa penelitian Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, terdapat banyak kekurangan sehingga peneliti sangat terbuka atas kritik, saran, dan masukan yang dapat bermanfaat dalam menambah wawasan dan juga menyempurnakan Tugas Akhir ini. Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih dan semoga bermanfaat bagi para pembaca dan penelitian selanjutnya.

Tangerang 27 November 2020

Penulis

DAFTAR ISI

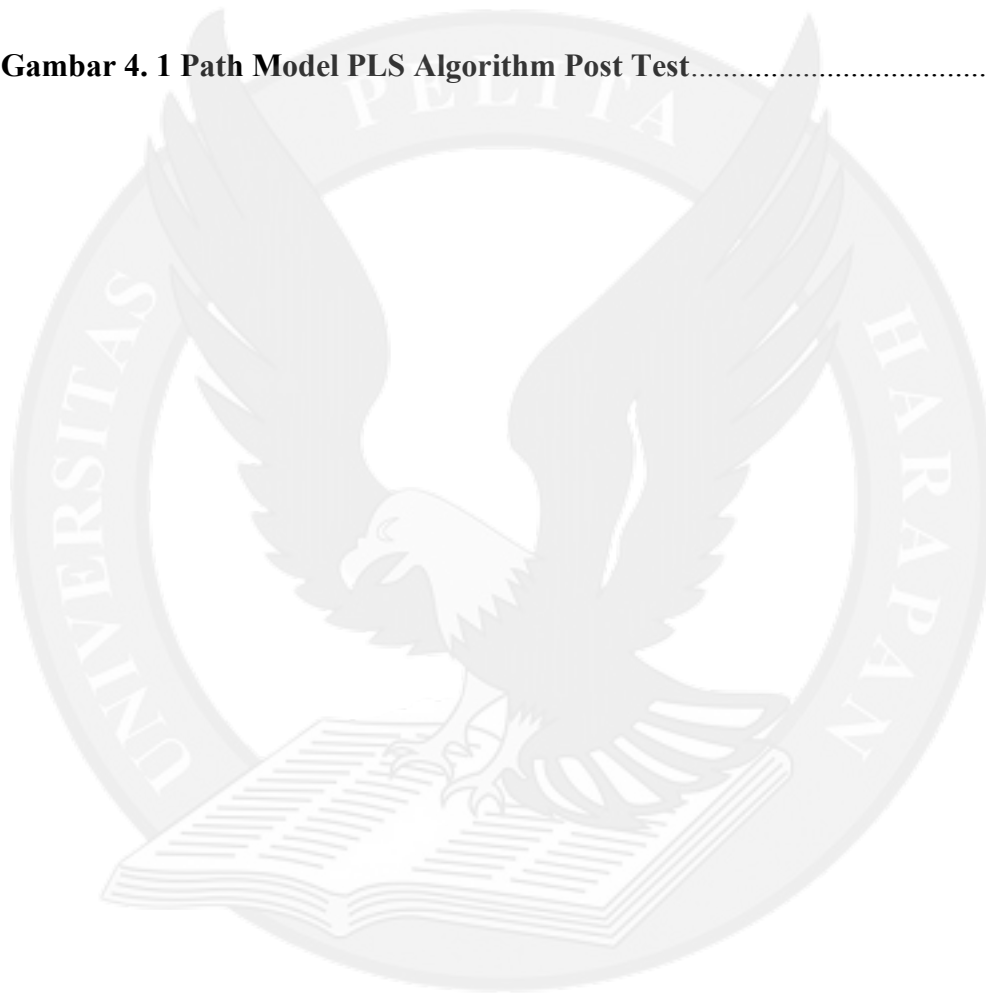
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.5.2 Manfaat Praktis.....	11
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Definisi Konstruk / Variabel	14
2.1.1 Pengertian Faktor Situasional dan Non-Situasional.....	14
2.1.2 Pengertian Lingkungan fisik.....	15
2.1.3 Pengertian Lingkungan Sosial	16
2.1.4 Pengertian Perspektif Waktu.....	17
2.1.5 Pengertian Kualitas Produk.....	18
2.1.6 Pengertian Keragaman Produk.....	20
2.1.7 Pengertian Keputusan Pembelian	21
2.2 Hubungan Antar Konstruk.....	24
2.2.1 Hubungan Lingkungan Fisik terhadap Keputusan Pembelian .	24
2.2.2” Hubungan Lingkungan Sosial terhadap Keputusan Pembelian	
.....	25
2.2.3 Hubungan Perspektif Waktu terhadap Keputusan Pembelian .	27
2.2.4 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	28
2.2.5 Hubungan Keragaman Produk dengan Keputusan Pembelian	30
BAB III METODE PENELITIAN	33

3.1 Objek Penelitian	33
3.2 Unit Analisis.....	33
3.3 Tipe Penelitian	34
3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian	35
3.4.1 Lingkungan Fisik (X1).....	36
adalah aspek fisik yang berwujud atau terlihat dari Giant meliputi:	36
3.4.2 Lingkungan Sosial (X2)	36
3.4.3 Perspektif Waktu (X3).....	37
3.4.4. Kualitas Produk (X4).....	37
3.4.5 Keragaman Produk (X5).....	37
3.4.6. Keputuasan Pembelian (Y1)	38
3.5 Populasi dan Sampel.....	42
3.5.2 Sampel	43
3.5.3 Penentuan Jumlah Sampel.....	43
3.5.4 Metode Penarikan Sampel	44
3.6 Teknik Pembuatan Kuesioner	45
3.6.1 Skala Pengukuran	45
3.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	48
3.7 Metode Analisis Data	51
3.7.1 Partial Least Squares-Structural Equation Modelling (PLS-SEM).....	52
3.7.2 Pengujian Hipotesis.....	55
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian	57
3.8.1 Uji Validitas	57
3.8.2 Uji Realibilitas	60
3.9 Hasil Uji Instrumen Pendahuluan.....	62
3.9.1 Pengukuran Model Outer	62
3.9.1.1 Hasil Uji Validitas Konvergen Pendahuluan.....	62
3.9.1.2 Hasil Uji Validitas Diskriminan Pendahuluan.....	66
3.9.2.1 Hasil Uji Realibilitas Pendahuluan	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	70
4.1. Profil responden	70
4.1.1. Gender	70
4.1.2. Umur	71
4.1.3. Penghasilan Bulanan.....	72
4.2. Hasil Analisis Data	74
4.2.1. Statistik deskriptif- Post test	74
4.2.2. Statistik Inferensial	76
4.2.2.1 Evaluasi Pengukururan model	76
4.2.2.1.1 Uji Validitas Post Test	76
4.2.2.1.2. Uji Validitas Diskriminan- Post test.....	78

4.2.2.1.3. Uji reliabilitas-actual test	80
4.2.2.2 Evaluasi Model Struktural.....	81
4.2.2.2.1 Koefisien Determinasi (R^2)	82
4.2.2.2.2 Uji Multikolinearitas.....	83
4.3 Pembahasan	88
4.3.1 Pengaruh lingkungan fisik terhadap keputusan pembelian	88
4.3.2 Pengaruh Lingkungan sosial terhadap keputusan pembelian...	89
4.3.3 Pengaruh perspektif waktu terhadap keputusan pembelian.....	89
4.3.4 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	90
4.3.5 Pengaruh keberagaman produk terhadap keputusan pembelian	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1. Kesimpulan	92
5.2. Implikasi Manajerial	92
5.3. Keterbatasan.....	93
5.4. Saran untuk penelitian mendatang	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	32
Gambar 3. 1 PLS SEM	55
Gambar 3. 2 Path Model PLS Algorithm Pre Test.....	63
Gambar 4. 1 Path Model PLS Algorithm Post Test.....	82



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pergeseran keputusan pembelian konsumen dari ritel tradisional ke ritel modern	3
Tabel 1. 2 Pertumbuhan Jumlah Ritel Modern di Indonesia	4
Tabel 1. 3 Pertumbuhan jumlah Hipermarket di Indonesia.....	4
Tabel 1. 4 Perolehan EBIT (Earning Before Interest & Tax) Perusahaan.	8
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual Definisi Operasional	38
Tabel 3. 2 Perbedaan Skala Pengukuran.....	47
Tabel 3. 3 Skala Likert	48
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Konvergen Pendahuluan Outer.....	64
Tabel 3. 5 Tabel R Square	65
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Konvergen Pendahuluan Cronbach's Alpha .	65
Tabel 3. 7 Hasil Uji validitas Konvergen Pendahuluan Average Variance Extracted (AVE).....	66
Tabel 3. 8 Hasil Uji Diskriminan Pendahuluan Fornell dan larcker.	67
Tabel 3. 9 Hasil Diskriminan Pendahuluan Heterotrait Monotrait (HTMT)	68
Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas Pendahuluan.....	69
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan gender	70
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan Umur.....	71
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan penghasilan bulanan.....	72
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan jumlah kunjungan	73
Tabel 4. 5 Koversi definisi	74
Tabel 4. 6 Statistik deskriptif dan klasifikasi sikap	75
Tabel 4. 7 Uji Validitas Konvergen Loading Faktor	77
Tabel 4. 8 Validitas Konvergen-AVE	78
Tabel 4. 9 Uji Validitas Diskriminan Fornell and Larcker	79
Tabel 4. 10 Uji Validitas Diskriminan HTMT	80
Tabel 4. 11 Uji reliabilitas- Composite reliability dan Cronbach alpha	81
Tabel 4. 12 Pengujian Koefisien determinasi (Rsquare)	82
Tabel 4. 13 Pengujian Multikolinearitas	84
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian hipotesis.....	86