

## KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembelian Impulsif Pelanggan *Department Store* AEON”.

Adapun maksud dari penulisan laporan tugas akhir ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu dengan konsentrasi Management Retail di Universitas Pelita Harapan.

Dalam proses menyelesaikan laporan tugas akhir ini dari tahap awal, proses bimbingan hingga penyusunan laporan penelitian, sampai akhirnya laporan penelitian ini terselesaikan, tentu banyak pihak yang telah mendukung serta membantu penulis. Untuk itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala penyertaan-Nya
2. Ibu Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D, selaku Dekan Business School Universitas Harapan
3. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah banyak membimbing penulis selama perkuliahan hingga menyelesaikan laporan tugas akhir ini
4. Ibu Liza Handoko, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik selama menempuh pendidikan di Universitas Pelita Harapan.

5. Ibu Dra. Margaretha Pink Berlianto, SE., M.M., AK., CA., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta bekal pengetahuan untuk menyusun dan menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir
6. Seluruh Dosen Manajemen Universitas Pelita Harapan atas segala ilmu yang diberikan selama perkuliahan hingga penyelesaian laporan tugas akhir
7. Seluruh staff dari jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan yang telah banyak membantu penulis selama perkuliahan
8. Seluruh staff Perpustakaan Johannes Oentoro Universitas Pelita Harapan yang telah membantu penulis saat berada di perpustakaan
9. Kedua orang tua dan saudara/i penulis yang selalu memberikan semangat, perhatian, dukungan moril dan materil, serta doanya selama proses perkuliahan
10. Teman-teman seperjuangan selama penulisan laporan tugas akhir ini yang selalu saling membantu dan mengingatkan satu sama lain hingga penulisan laporan tugas akhir ini terselesaikan
11. Seluruh teman dan sahabat yang selalu menyemangati, membantu, dan memberikan dorongan serta doa kepada penulis sehingga penulisan tugas akhir ini lancar dan menyenangkan
12. Seluruh pihak yang terlibat dalam pengerjaan laporan tugas akhir ini yang tak bisa disebutkan satu per satu

Penulis berharap laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca serta berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan yang lebih baik. Penulis

menyadari penulisan laporan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis meminta maaf apabila terjadi kesalahan penulisan, kata, gambar, dan lain-lain. Saran dan masukan yang membangun akan sangat diharapkan agar penulis bisa menjadi lebih baik lagi di masa yang akan datang.

Tangerang, 29 Nopember 2020

Viven



## DAFTAR ISI

**JUDUL**

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR**

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

**PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI**

<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.5 Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	14

2.1 <i>Pre-shopping Preparation Tendency</i> .....	14
2.2 <i>Shopping Enjoyment Tendency</i> .....	16
2.3 <i>Urge To Purchase</i> .....	18
2.4 <i>Positive Affect</i> .....	20
2.5 <i>Negative Affect</i> .....	21
2.6 <i>Impulse Buying Tendency</i> .....	23
2.7 <i>Impulse Buying</i> .....	24
2.8 Penelitian Sebelumnya .....	28
2.9 Kerangka Teoretik .....	32
2.10 Pembahasan Hipotesis .....	33
2.10.1 <i>Pre-shopping Preparation Tendency</i> dan <i>Impulse Buying</i> ..	33
2.10.2 <i>Shopping Enjoyment Tendency</i> dan <i>Positive Affect</i> .....	34
2.10.3 <i>Impulse Buying Tendency</i> dan <i>Urge To Purchase</i> .....	35
2.10.4 <i>Positive Affect</i> dan <i>Urge To Purchase</i> .....	36
2.10.5 <i>Negative Affect</i> dan <i>Urge To Purchase</i> .....	37
2.10.6 <i>Urge To Purchase</i> dan <i>Impulse Buying</i> .....	38

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN** .....

3.1 Unit Analisis .....	40
3.2 Objek dan Subjek Penelitian .....	41
3.3 Jenis Penelitian .....	42

3.4 Ruang Lingkup Penelitian .....	43
3.5 Sumber Data .....	44
3.5.1 Data Primer .....	44
3.5.2 Data Sekunder .....	44
3.6 Desain Penelitian .....	45
3.6.1 Pengukuran Variabel .....	46
3.6.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	47
3.6.3 Skala Pengukuran .....	51
3.7 Teknik Pembuatan Kuisisioner .....	53
3.8 Desain Sampel .....	54
3.8.1 Etika Pengumpulan Data .....	54
3.8.2 Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.8.3 Penentuan Jumlah Sampel .....	56
3.9 Metode Analisis Data.....	56
3.9.1 Statistik Deskriptif.....	57
3.9.2 Statistik Inferensial .....	58
3.9.3 <i>Partial Least Squares – Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM) .....	59
3.10 Evaluasi Model .....	60
3.10.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer model) .....	61
3.10.2 Evaluasi Model Struktural (Inner model) .....	62

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
4.1 Profil Responden .....	63
4.2 Hasil Studi Uji Pendahuluan .....	66
4.2.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Studi Pendahuluan .....	66
4.3 Statistik Deskriptif .....	70
4.4 Statistik Inferensial.....	78
4.4.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) .....	78
4.4.1.1 Uji Validitas 1 .....	78
4.4.1.2 Uji Reliabilitas 1 .....	81
4.4.1.3 Uji Validitas 2 .....	82
4.4.1.4 Uji Reliabilitas 2 .....	85
4.4.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model) .....	86
4.4.2.1 Uji Multikolonieritas .....	87
4.4.2.2 Koefisien Determinasi .....	88
4.4.2.3 Hasil Uji Hipotesis .....	89
4.5 Pembahasan .....	93
4.5.1 Pembahasan Hipotesis 1 .....	94
4.5.2 Pembahasan Hipotesis 2 .....	95
4.5.3 Pembahasan Hipotesis 3 .....	96
4.5.4 Pembahasan Hipotesis 4 .....	97
4.5.5 Pembahasan Hipotesis 5 .....	98

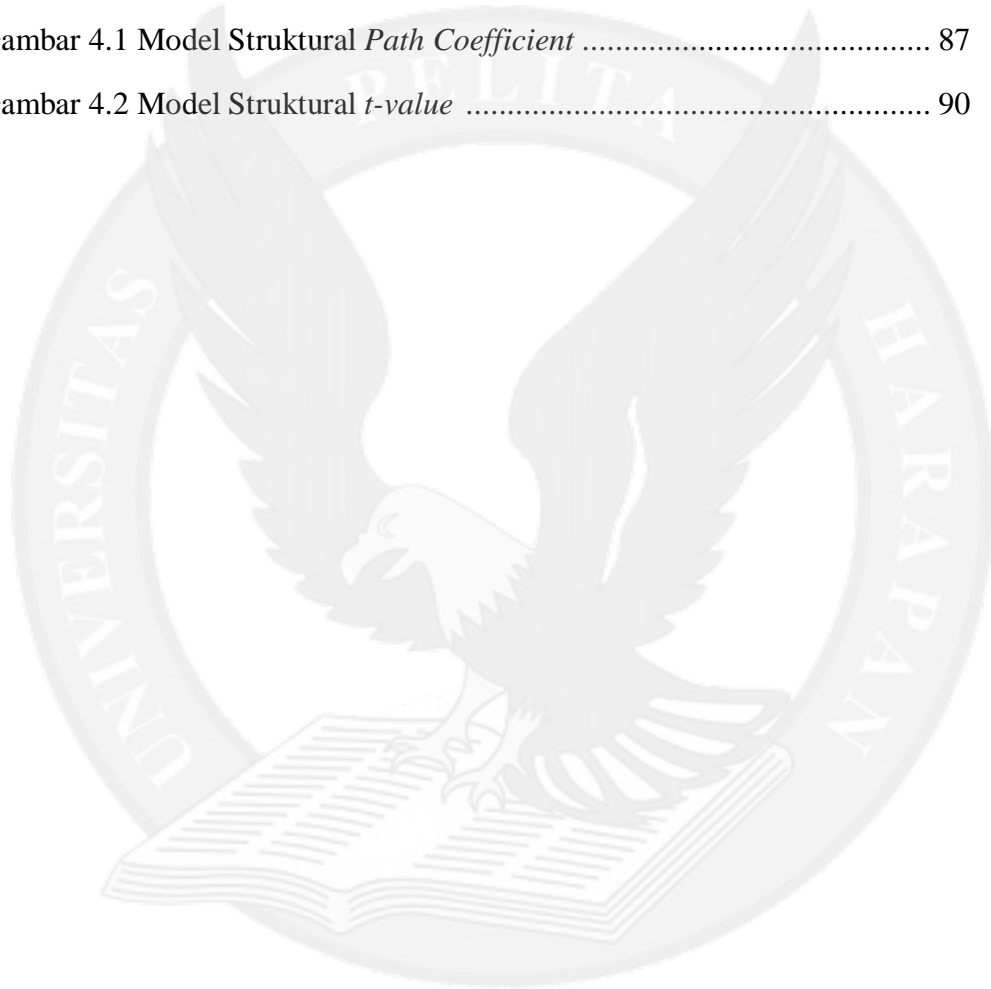
4.5.6 Pembahasan Hipotesis 6 .....	99
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>101</b>
5.1 Kesimpulan .....	101
5.2 Implikasi Teoretis .....	101
5.3 Implikasi Manajerial .....	105
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	107
5.5 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	





## DAFTAR GAMBAR

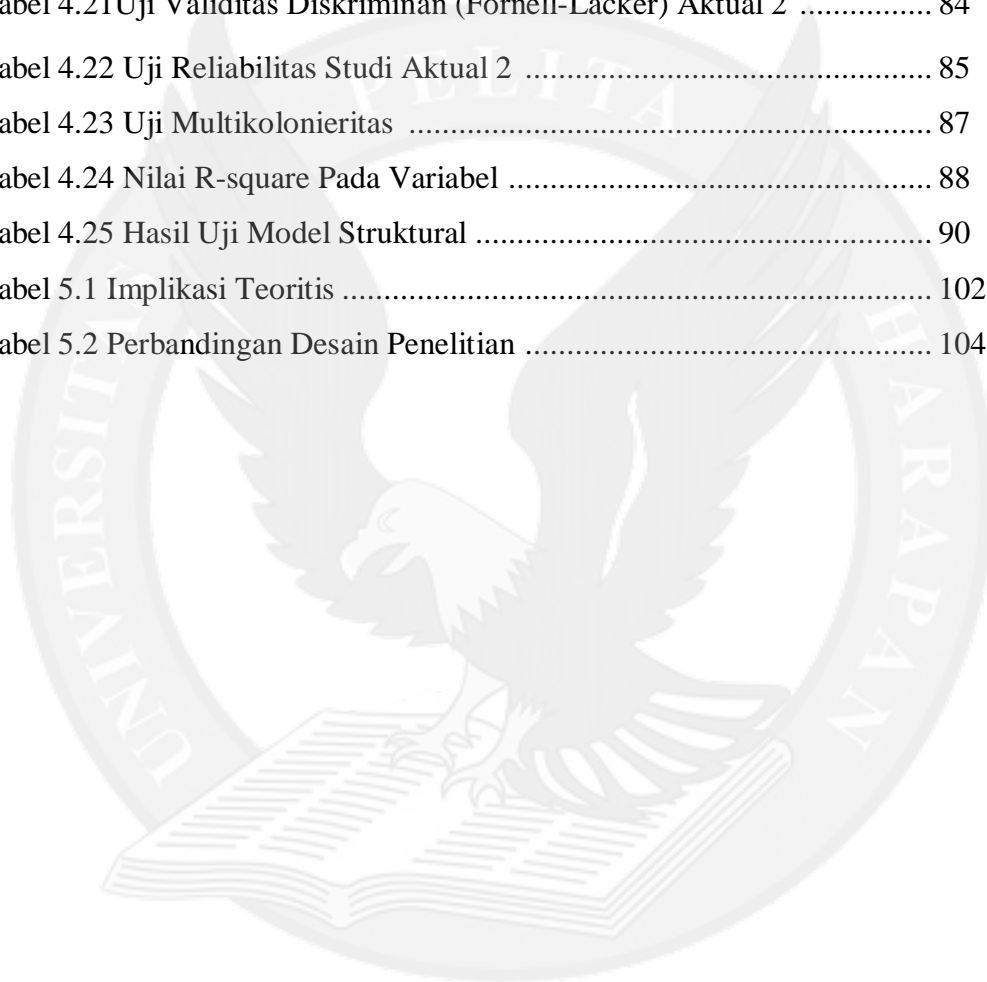
Gambar 1.1 Perkembangan Ritel Tahun 2011 sampai 2020 .....	3
Gambar 1.2 Hasil Survei Pembelian Impulsif .....	6
Gambar 2.1 kerangka Teoretik .....	33
Gambar 4.1 Model Struktural <i>Path Coefficient</i> .....	87
Gambar 4.2 Model Struktural <i>t-value</i> .....	90



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....	28
Tabel 3.1 Defenisi Konseptual Variabel .....	47
Tabel 3.2 Kategori Nilai Statistik Deskriptif .....	58
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	64
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili .....	65
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Banyaknya Kunjungan Dalam 3 Bulan Terakhir .....	65
Tabel 4.5 Hasil Uji Pendahuluan .....	67
Tabel 4.6 Uji Average Variance Extracted (AVE) dari Studi Pendahuluan .....	68
Tabel 4.7 Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Lacker) dari Studi Pendahuluan .....	69
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan .....	70
Tabel 4.9 Uji Statistik Deskriptif <i>Shopping Enjoyment Tendency</i> (SET) ....	71
Tabel 4.10 Uji Statistik Deskriptif <i>Pre-shopping Enjoyment     Tendency</i> (PPT) .....	72
Tabel 4.11 Uji Statistik Deskriptif <i>Urge To Purchase</i> (UTP) .....	73
Tabel 4.12 Uji Statistik Deskriptif <i>Positive Affect</i> (PA) .....	74
Tabel 4.13 Uji Statistik Deskriptif <i>Negative Affect</i> (NA) .....	75
Tabel 4. 14 Uji Statistik Deskriptif <i>Impulse Buying Tendency</i> (IBT) .....	76
Tabel 4.15 Uji Statistik Deskriptif <i>Impulse Buying</i> (IB) .....	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Konvergen Aktual 1 .....	79

Tabel 4.17 Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) Aktual 1 .....	80
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas <i>Composite Reliability</i> Aktual 1 .....	81
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Aktual 2 .....	82
Tabel 4.20 Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) Aktual 2 .....	84
Tabel 4.21 Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Lacker) Aktual 2 .....	84
Tabel 4.22 Uji Reliabilitas Studi Aktual 2 .....	85
Tabel 4.23 Uji Multikolonieritas .....	87
Tabel 4.24 Nilai R-square Pada Variabel .....	88
Tabel 4.25 Hasil Uji Model Struktural .....	90
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....	102
Tabel 5.2 Perbandingan Desain Penelitian .....	104



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuisiner .....	115
Lampiran B Hasil Pengolahan Data Aktual .....	125

