

**PENGARUH POTONGAN HARGA MOTIF EMOSIONAL DAN
SUASANA TOKO TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF MAHASISWA
PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE KUPANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH:

CINDY CLAUDIA PATRIKCIA HEO

NIM : 321 13 023

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi Pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang diselenggarakan pada :

Hari/Tanggal : Jumat, 24 Mei 2019
Jam : 10.00 – 12.00 WITA
Atas Nama : Cindy Claudia Patrikcia Heo
NIM : 32113023
Dinyatakan : LULUS

PANITIA UJIAN SKRIPSI

Ketua	: Dra. Sukanti, MM	(.....)
Sekretaris	: Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM	(.....)
Penguji I	: Drs. Ec. Sabinus Hatul, MM	(.....)
Penguji II	: Rosadalima Tisu, SE, MM	(.....)
Penguji III	: Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM	(.....)

MENGETAHUI

Dekan Fakultas
Ekonomika dan Bisnis



Jon Nawa Adrianus, SE, MM
NIDN : 0809055901

Ketua Program Studi
Manajemen



Rosadalima Tisu, SE, MM
NIDN : 0825078305

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan disetujui oleh Tim Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang guna melengkapi Tugas Akhir dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Kupang, Mei 2019

Disetujui oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II


Dra. Sukamti, MM
NIDN : 0817125501


Drs. E. Gaudensius Djuang, MM
NIDN : 0808055291

MENGESAHKAN :

Ketua Program Studi
Manajemen




Rosadlima Tisu, SE, MM
NIDN : 0825078305

MOTTO

Mazmur 114 : 8

"Allah yang mengubah gunung batu
menjadi kolam air,
Batu yang keras menjadi mata air."

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk :

1. Orang tua yang saya sayangi, Bapak Lukas Hendrik Heo dan Ibu Dra. Mariana F. Retta. Terimakasih Papa dan Mama untuk do'a, dukungan dan kesabaran, juga setiap pengorbanan yang Papa dan Mama berikan untuk saya selama ini.
2. Kakak Kathleen Maryano Mathrix Heo, S.Hub.Int yang selalu mendukung saya dalam do'a dan selalu menyemangati saya walaupun sedang berada di Jakarta.
3. Adik Kiven Brendely Delavento Heo, yang selalu menemani saya setiap kali saya pergi untuk mengerjakan skripsi hingga larut malam, yang juga rela mengantar dan menjemput saya, juga selalu berusaha membuat saya tertawa.
4. William Hall dan Danielle Hall, Terimakasih banyak karena kalian selalu baik kepada saya, sabar mendengarkan isi hati saya dan selalu berupaya membantu saya berpikir dengan jernih dalam menghadapi situasi sulit, juga menghibur saya sampai rasanya saya lupa kalau saya sedang sedih. Saya merasa sangat senang karena mendapatkan orang tua rohani seperti kalian.
5. Keluarga Dirathome ; Opa Musa, Oma Aida, Kak Lucky, Kak Cindy, Kak Dicky, Kak Elyn, Kak Lia. Terimakasih banyak karena selalu bantu saya waktu saya kesulitan menyusun skripsi dan selalu sabar mendengarkan Saya sangat beruntung punya kalian.

ABSTRAK

Cindy Claudia Patrikia Heo. (No. Reg 321 13 023). PENGARUH POTONGAN HARGA, MOTIF EMOSIONAL, DAN SUASANA TOKO, TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF MAHASISWA PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE KUPANG di bawah bimbingan Dra. Sukamti, MM selaku pembimbing I dan Drs. Ec Gaudensius Djuang, MM selaku pembimbing II.

Usaha ritel yang bergerak dalam bidang *fashion* di Indonesia terus meningkat, salah satunya yaitu PT. Matahari *Department Store*, Tbk Kupang. Banyak strategi yang telah diterapkan untuk meningkatkan penjualan, namun pada tahun 2016 dan tahun 2017 hasil penjualan tersebut mengalami fluktuasi. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan kepada 10 orang yang berbelanja pada PT. Matahari *Department Store*, Tbk Kupang, 7 orang di antaranya melakukan pembelian tanpa direncanakan sebelumnya karena adanya pengaruh potongan harga yang diberikan, motif emosional, dan suasana toko.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 dari perguruan tinggi di Kota Kupang, yang berbelanja di PT. Matahari *Department Store*, Tbk Kupang. Sampel yang ditentukan dengan cara mengalikan jumlah indikator yaitu 15 dengan nilai skor 10, sehingga jumlah sampel 150 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampel aksidental. Data diolah dengan analisis deskriptif dan analisis inferensial dengan menggunakan program *spss versi 16*.

Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran kategori persepsi mahasiswa sebagai konsumen yang melakukan pembelian impulsif dengan persentasi 92,5% dengan kategori sangat tinggi, variabel Potongan Harga 74,6% kategori tinggi, Motif emosional 83% kategori tinggi, dan variabel Suasana Toko 75% kategori baik. Berdasarkan analisis statistik regresi linear berganda diperoleh persamaan sebagai berikut ; $Y = 0,221 X_1 + 0,181 X_2 + 0,233 X_3$. Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel suasana toko (0,233), diikuti oleh variabel potongan harga (0,221), dan yang terakhir adalah variabel motif emosional (0,181). Hasil uji t menunjukkan Variabel Potongan Harga dan Variabel Suasana Toko secara parsial berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan Variabel Motif Emosional tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Impulsif pada PT. Matahari *Department Store*, Tbk Kupang. Hasil uji F menunjukkan Variabel Potongan Harga, Motif Emosional, dan Suasana Toko secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Pembelian Impulsif. Hasil koefisien determinasi = 0,145 atau 14,5% merupakan kontribusi dari tiga variabel tadi, sedangkan sisanya yaitu 85,5% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

Perusahaan hendaknya lebih memperhatikan besarnya potongan harga, agar lebih banyak konsumen yang melakukan pembelian impulsif, juga memperhatikan jenis produk tertentu khususnya produk dengan merek yang paling banyak diminati/ yang sedang populer, agar dapat memberikan dorongan secara emosional kepada konsumen untuk berbelanja. Perusahaan juga dapat menyajikan suasana toko yang menarik dengan menampilkan *layout* yang menarik dan mengatur ruang gerak konsumen di area belanja.

Kata kunci : Potongan Harga, Motif Emosional, Suasana Toko dan Pembelian Impulsif.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah Yang Maha Kuasa, atas penyertaan dan perlindungan-Nya, sehingga memampukan penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Skripsi dengan judul “PENGARUH POTONGAN HARGA, MOTIF EMOSIONAL, DAN SUASANA TOKO TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF MAHASISWA PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE KUPANG” diajukan guna memenuhi syarat lulus pendidikan strata 1, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Dengan selesainya penyusunan tugas akhir ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada ;

1. Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan tinggi dan menyelesaikan pendidikan tersebut pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu penulis dalam urusan administrasi maupun akademik di Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
3. Ketua Program Studi dan Sekretaris Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang

telah membantu penulis dalam urusan administrasi umum maupun akademik.

4. Ibu Dra. Sukanti, MM selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan perhatian seperti seorang ibu, masukan, perbaikan, dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Bapak Drs. Ec Gaudensius Djuang, MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan masukan, perbaikan, dan membantu penulis untuk belajar menganalisis suatu masalah, dari persiapan proposal hingga penulisan tugas akhir ini.
6. Bapak Drs. Ec Sabinus Hatul, MM selaku dosen wali yang dengan sabar menjadi dosen wali dari awal semester 1 hingga saat ini, selalu baik hati mau melayani dan mendengarkan penulis sewaktu bimbingan.
7. PT. Matahari Departmen Store, Tbk Kupang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan belajar berbagai hal yang menyangkut dengan pemasaran jasa maupun pemasaran produk.
8. Para Pegawai Tata Usaha khususnya bapak Anis Taek yang sangat membantu selama penulis mulai menempuh pendidikan di Universitas Katolik Widya Mandira Kupang sampai saat penulis selesai menyusun proposal penelitian.
9. Keluarga Besar Saksi-Saksi Yehuwa yang telah memberikan semangat dan motivasi melalui pelajaran Alkitab dan membantu penulis dalam hal rohani, sehingga penulis dapat terus mengerjakan tugas akhir sampai selesai.
10. Keluarga Besar Heo di Kupang yang telah membesarkan saya dan menjadi tempat berbagi cerita sejak masih kecil, hingga bisa seperti sekarang ini.

11. Keluarga Besar Lerrick di Kupang yang telah mendukung saya dan menyemangati saya, sampai saat ini saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

Kupang,.....2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Konsep Pemasaran	14
1. Pengertian Pemasaran	14
2. Bauran Pemasaran.....	18
3. Bauran Pemasaran Ritel.....	20
B. Keputusan Pembelian Impulsif	23
1. Pengertian Pembelian Impulsif	23

2.	Karakteristik Pembelian Impulsif	24
3.	Jenis Pembelian Dalam Kelompok <i>Impulse Buying</i>	24
4.	Faktor Yang Mempengaruhi <i>Impulse Buying</i>	26
5.	Indikator Pembelian Impulsif	31
C.	Potongan Harga (Discount).....	32
1.	Pengertian Potongan Harga.....	32
2.	Tujuan Potongan Harga	33
3.	Jenis-jenis Potongan Harga.....	33
4.	Indikator Potongan Harga	35
D.	Motif Emosional.....	36
1.	Pengertian Motif Emosional	36
2.	Tujuan Motif Emosional	38
3.	Indikator Motif Emosional.....	38
E.	Suasana Toko	39
1.	Pengertian Suasana Toko	39
2.	Tujuan Suasana Toko.....	40
3.	Manfaat Suasana Toko.....	41
4.	Indikator Suasana Toko	41
F.	Penelitian Terdahulu	42
G.	Kerangka Pemikiran.....	45
H.	Hipotesis Penelitian.....	46
	BAB III METODE PENELITIAN	48
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	48

B. Populasi dan Sampel	48
1. Populasi Penelitian.....	48
2. Sampel Penelitian.....	48
C. Jenis Data	49
1. Jenis Data Menurut Sumber.....	49
2. Jenis Data Menurut Sifat.....	50
D. Teknik Pengumpulan Data.....	50
1. Wawancara.....	51
2. Kuesioner	51
3. Dokumentasi	51
E. Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran.....	51
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	53
1. Uji Validitas	53
2. Uji Reliabilitas	55
G. Analisis Data	56
1. Analisis Deskriptif	56
2. Analisis Statistik Inferensial	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
A. Karakteristik Responden.....	65
B. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian	70
1. Uji Validitas	70
2. Uji Reliabilitas	73
C. Analisis Data	74

1. Analisis Deskriptif	74
2. Analisis Statistik Inferensial	79
a. Uji Asumsi Klasik	79
b. Regresi Linear Berganda	83
c. Pengujian Hipotesis Statistik	84
d. Koefisien Determinasi (R^2)	87
D. Pembahasan	88
BAB V PENUTUP	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Impulse Buying</i> Secara Nasional	6
Tabel 1.2 Data Penjualan Tahun 2016 dan 2017 PT. Matahari Departmen Store, Tbk Kupang	9
Tabel 3.1 Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran	52
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Umur	66
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Universitas.....	67
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan	69
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Potongan Harga	70
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Motif Emosional	71
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Suasana Toko	72
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Impulsif	72
Tabel 4.9 Rekapitulasi Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 4.10 Kategori Persepsi Variabel Potongan Harga	75
Tabel 4.11 Kategori Persepsi Variabel Motif Emosional	76
Tabel 4.12 Kategori Persepsi Variabel Suasana Toko	77
Tabel 4.13 Kategori Persepsi Variabel Keputusan Pembelian Impulsif	78
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	80
Tabel 4.15 Hasil Uji Linearitas.....	82
Tabel 4.16 Hasil Analisis Linear Berganda.....	83
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	85
Tabel 4.18 Hasil Uji Simultan (Uji F)	87

Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	88
---	----

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	46
Gambar 4.1 Grafik Histogram Normalitas	81
Gambar 4.2 P-plot Uji Normalitas	81