

**PENGARUH KEANEKARAGAMAN PRODUK, SUASANA  
TOKO DAN POTONGAN HARGA TERHADAP  
PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK FASHION  
PADA RAMAYANA DEPARTMENT  
STORE KUPANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar  
Sarjana Manajemen**



**OLEH:**

**VALENTINA LURUK**  
**NIM: 32116061**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA  
KUPANG  
2020**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH KEANEKARAGAMAN PRODUK, SUASANA  
TOKO DAN POTONGAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN  
IMPULSIF PRODUK FASHION PADA RAMAYANA  
DEPARTMENT STORE KUPANG**

Yang diajukan oleh :

Nama : Valentina Luruk  
Nim : 32116061  
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing  
Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. Simon Sia Nihil, SE, M.Si  
NIDN : 0818116101

  
Rosadlima Tisu, SE,MM  
NIDN : 0825078305

Kupang ..... 2020  
Ketua Program Studi Manajemen

  
Rosadlima Tisu, SE,MM  
NIDN : 0825078305

## LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini 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 : Rabu, 16 Desember 2020  
Jam : 09.00 – 11.00 WITA  
Tempat : Ruang III  
Atas Nama : Valentina Luruk  
Nomor Registrasi : 32116061  
Dinyatakan : **LULUS**

### PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si
2. Sekretaris : Rosadlima Tisu, SE, MM
3. Penguji I : Dra. Sukamti, MM
4. Penguji II : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM
5. Penguji III : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si

MENGETAHUI

  
**Dekan**  
**Fakultas Ekonomika dan Bisnis**  
**Jou Sewa Adrianus, SE, MM**  
NIBN : 0809055901

  
**Ketua**  
**Program Studi Manajemen**  
**Rosadlima Tisu, SE, MM**  
NIDN : 0825078305

## KATA PENGANTAR

Pujian dan rasa syukur yang berlimpah dipanjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa untuk semua rahmat dan segala kebaikan-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Keanekaragaman Produk, Suasana Toko, dan Potongan Harga terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion pada Ramayana *Department Store* Kupang” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Penyusunan Skripsi ini merupakan pemenuhan tugas akhir yang harus diselesaikan, guna meraih gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katholik Widya Mandira Kupang.

Selama proses penelitian, penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini, banyak mendapat bantuan, dorongan, serta bimbingan pemikiran dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, ingin disampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Pater Rektor Dr. Philipus Tule, SVD. dan seluruh Pembantu Rektor beserta seluruh staf Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas, untuk mengikuti dan menyelesaikan Pendidikan pada Program Studi Manajemen.
2. Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Bapak Jou Sewa Adrianus, SE., MM. dan Bapak Daniel Taolin, SE., M.Si. selaku Wakil Dekan I dan Ibu Rere Paulina Bibiana, SE., M.Si., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum dan akademik.

3. Ketua program studi Ibu Rosadalima Tisu, SE., MM. dan Ibu Maria B.M.G. Wutun, SE., MM., Sekretaris Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah membantu dalam berbagai urusan akademik hingga memberikan arahan, masukan dalam proses penyempurnaan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE., M.Si. sebagai pembimbing I yang telah mengarahkan dan memberikan berbagai masukan dalam proses penelitian hingga penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Rosadalima Tisu, SE., MM. sebagai pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktu dan tenaga selama proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini sehingga dapat selesai tepat waktu.
6. Ibu Dra. Sukamti, MM. sebagai penguji I dan Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM. selaku penguji II yang telah memberikan masukan dan koreksi pada proses penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan baik teori maupun praktis yang sangat berharga selama masa perkuliahan.
8. Seluruh staf Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira yang telah membantu dalam seluruh urusan administrasi hingga penuntasan skripsi ini.
9. Pihak manajemen Ramayana *Department Store* Kupang yang telah bersedia memberikan data dan rekomendasi dalam rangka penulisan hingga penyelesaian penelitian ini.

10. Orang tua tercinta Bapak Paulus Seran dan Mama Rosalinda Luruk yang telah memberi saya kesempatan untuk mengenyam pendidikan dari pendidikan dasar hingga pendidikan tinggi. Utamanya juga terima kasih untuk cinta, doa, nasihat, dan motivasi selama masa perkuliahan dan proses penelitian, penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, berbagai saran dan kritik yang bersifat membangun dalam rangka penyempurnaan tulisan ini akan diterima dengan senang hati. Kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca utamanya bagi kalangan mahasiswa yang akan menjadikan skripsi ini sebagai referensi dalam penelitian pada masa mendatang. Sekian dan terima kasih, Tuhan Memberkati Kita Semua.

Kupang, Desember 2020

Penulis

## ABSTRAK

**Valentina Luruk (32116061) dengan judul Penelitian** “Pengaruh Keanekaragaman Produk, Suasana Toko, dan Potongan Harga terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion pada Ramayana *Department Store* Kupang”. Di bawah bimbingan Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE., M. Si sebagai pembimbing I dan Ibu Rosadalima Tisu, SE., MM. sebagai pembimbing II.

Fakta menunjukkan bahwa sejak kehadiran retail lainnya volume penjualan Ramayana *Department Store* mengalami fluktuasi. Hal di atas mengindikasikan adanya sumber daya perusahaan yang belum dioptimalkan termasuk potensi perilaku pembelian impulsive konsumen. Untuk itu, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui: *pertama* persepsi konsumen tentang keanekaragaman produk, suasana toko, potongan harga, dan gambaran pembelian impulsif produk fashion pada Ramayana *Department Store* Kupang, *kedua* signifikansi pengaruh keanekaragaman produk, suasana toko, dan potongan harga secara parsial terhadap pembelian impulsif dan *ketiga* signifikansi pengaruh keanekaragaman produk, suasana toko, dan potongan harga secara simultan terhadap pembelian impulsif produk fashion.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini berupa wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Tahapan analisis data diawali dengan uji validitas dan reliabilitas dan dilanjutkan dengan analisis deskriptif serta analisis statistik inferensial yang terdiri dari uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis statistik hingga penentuan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil analisis data menyimpulkan bahwa keanekaragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif konsumen. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi uji statistik secara parsial (uji t) 0.008 lebih kecil dari 0.05. Suasana toko disimpulkan berpengaruh tidak signifikan terhadap pembelian impulsive, buktinya yakni nilai signifikansi sebesar 0.959 atau lebih besar dari tingkat alfa. Selain itu, hasil uji t juga menyimpulkan potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif dengan bukti nilai signifikansi sebesar 0.016 atau lebih kecil dari 0.05. Sementara itu, secara simultan variabel bebas diketahui berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat dengan bukti nilai signifikansi hasil uji simultan (uji F) yakni sebesar 0.000 atau lebih kecil dari tingkat alfa 0.05. Hasil analisis Koefisien Determinasi mendapati besaran pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan sebesar 27.70%.

Dari kesimpulan hasil analisis penelitian ini, diharapkan agar Ramayana *Department Store* Kupang menyiapkan produk dari berbagai macam variasi ukuran, membuat desain bagian depan toko yang lebih menarik dan meyakinkan, melakukan perubahan terkait tata letak produk atau desain fasilitas, melakukan evaluasi internal untuk membandingkan produk, potongan harga dan promosi yang dilakukan oleh peritel lainnya, lebih giat lagi dalam memacu konsumen untuk berbelanja, dan lebih meningkatkan kenyamanan suasana di dalam dan di lingkungan sekitaran toko.

**Kata kunci:** Pembelian Impulsif, Keanekaragaman Produk, Suasana Toko, Potongan Harga

**MOTTO**

**“Mata Tuhan Tertuju Kepada Orang Yang  
Cinta Kepada-Nya”**

**(Sirakh, 34:16)**



## **PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini saya persembahkan kepada:**

**Bapak Paulus Seran dan Mama Rosalinda Luruk, Kaka Meliana Nae Seran,  
Kaka Yohanes Klau Seran dan seluruh rumpun keluarga.**

## DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
<b>COVER</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>MOTTO</b> .....	viii
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Masalah Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	11
A. Pengertian Pemasaran.....	11
B. Perilaku Konsumen.....	13
C. Pembelian Impulsif.....	15
D. Keanekaragaman Produk.....	18

E. Suasana Toko.....	22
F. Potongan Harga .....	27
G. Penelitian Terdahulu.....	33
H. Kerangka Penelitian.....	37
I. Hipotesis Penelitian .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	40
B. Populasi dan Sampel.....	40
C. Jenis Data.....	42
D. Teknik Pengumpulan Data .....	43
E. Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran...	44
F. Uji Instrumen .....	46
G. Metode Analisis Data .....	48
1. Analisis Deskripif .....	48
2. Analisis Statistik Inferensial .....	49
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
A. Gambaran Umum Ramayana <i>Department Store</i> Kupang .....	55
B. Karakteristik Responden.....	58
C. Hasil Uji Instrumen .....	64
D. Hasil Analisis Data .....	68
1. Hasil Analisis Deskriptif.....	68
2. Hasil Analisis Statistik Inferensial.....	73
a. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	73
b. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	79

c. Pengujian Hipotesis Statistik.....	82
E. Pembahasan dan Interpretasi .....	86
1. Pengaruh Keanekaragaman Produk terhadap Pembelian Impulsif Barang atau Produk Fashion pada Ramayana <i>Department Store</i> Kupang.....	87
2. Pengaruh Suasana Toko terhadap Pembelian Impulsif Barang atau Produk Fashion pada Ramayana <i>Department Store</i> Kupang.....	88
3. Pengaruh Potongan Harga terhadap Pembelian Impulsif Barang atau Produk Fashion pada Ramayana <i>Department Store</i> Kupang.....	90
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	95
<b>LAMPIRAN</b> .....	99

## DAFTAR TABEL

	<i>Halaman</i>
Tabel 1.1 Data Penjualan Pada Ramayana <i>Department Store</i> Periode Januari - Desember 2019 .....	6
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator, dan Skala Pengukuran .....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Respondent Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
Tabel 4.2 Karakteristik Respondent Berdasarkan Usia Responden.....	59
Tabel 4.3 Karakteristik Respondent Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan.....	61
Tabel 4.4 Karakteristik Respondent Berdasarkan Latar Belakang Pekerjaan .....	62
Tabel 4.5 Karakteristik Respondent Berdasarkan Besaran Pendapatan.....	63
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk.....	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Suasana Toko .....	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Potongan Harga .....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Pembelian Impulsif .....	66
Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas .....	67
Tabel 4.11 Kategori Gambaran Keragaman Produk (X1) .....	68
Tabel 4.12 Kategori Gambaran Suasana Toko (X2).....	69
Tabel 4.13 Kategori Gambaran Potongan Harga (X3).....	70
Tabel 4.14 Kategori Gambaran Pembelian Impulsif (Y).....	72
Tabel 4.15 Hasil Uji Linearitas Pembelian Impulsif terhadap Keanekaragaman Produk.....	75
Tabel 4.16 Hasil Uji Linearitas Pembelian Impulsif terhadap Suasana Toko .....	75

Tabel 4.17 Hasil Uji Linearitas Pembelian Impulsif terhadap Potongan Harga .....	75
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	79
Tabel 4.20 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	82
Tabel 4.21 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	85
Tabel 4.22 Hasil Perhitungan Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	86

## DAFTAR GRAFIK

	<i>Halaman</i>
Grafik 1.1 Data Persentase Perilaku Impulse Buying Secara Nasional .....	2
Grafik 4.1 Grafik P-Plot Uji Normalitas .....	73
Grafik 4.2 Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	78

## DAFTAR LAMPIRAN

	<i>Halaman</i>
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Responden.....	104
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dengan IBM SPSS V. 26 .....	116
Lampiran 4 Hasil Uji Statistik Reliabilitas .....	118
Lampiran 5 Histogram dan P-Plot Normalitas.....	120
Lampiran 6 Hasil Uji Linearitas.....	121
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	122
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot.....	122
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	123
Lampiran 10 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	123
Lampiran 11 Hasil Uji Simultan (Uji f) .....	123
Lampiran 12 Hasil Perhitungan nilai Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	123
Lampiran 13 Dokumen R Tabel untuk N = 105 .....	125