

INTISARI

Pembelian impulsif (*impulsive buying*) adalah perilaku berbelanja yang terjadi secara tidak terencana, tertarik secara emosional, dimana proses pembuatan keputusan dilakukan dengan cepat tanpa berpikir secara bijak dan adanya pertimbangan terhadap keseluruhan informasi dan alternatif yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atmosfer gerai dan pelayanan ritel terhadap nilai hedonik dan pembelian impulsif konsumen Butik Jolie Jewerelly di Yogyakarta .

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Butik Jolie Jewerelly di Yogyakarta. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*, dengan kriteria konsumen yang pernah melakukan pembelian tidak terencana (pembelian impulsif) pada produk *fashion* di Butik Jolie Jewerelly Yogyakarta, serta minimal berusia 17 tahun keatas. Jumlah sampel dalam penelitian ditetapkan sebesar 130 responden. Data penelitian diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner terhadap responden. Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan analisis persamaan struktural SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan alat bantu aplikasi AMOS (*analysis of moment structure*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa:(1) atmosfer gerai berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai hedonik, (2) pelayanan ritel berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai hedonik, (3) atmosfer gerai berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, (4) pelayanan ritel berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, dan (5) nilai hedonik berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif.

Manajemen Butik Jolie Jewerelly Yogyakarta disarankan untuk mempertahankan indikator-indikator atmosfer gerai dan pelayanan ritel yang sudah dinilai baik dan meningkatkan kinerja indikator yang belum dinilai baik oleh konsumen.Hal ini diharapkan menambah kenyamanan konsumen saat berbelanja sehingga mampu mendorong terjadinya pembelian impulsif.

Kata Kunci: Atmosfer Gerai, Pelayanan Ritel, Nilai Hedonik, Pembelian

Impulsif.

ABSTRACT

Impulsive buying is an unplanned, emotionally stimulated buying behavior, when the buying decision made immediately without thinking wisely, having any consideration and ignoring overall information and alternatives. The aim of this research is explaining the influence of store atmosphere and retail service on hedonic shopping value and impulsive buying behavior of Boutique Jolie Jewerelly Yogyakarta customers.

The respondents of this research are Boutique Jolie Jewerelly Yogyakarta customers. Purposive sampling method used as the sampling technique in this research. The sample criteria are customers who have shopped for more than two times over the last six months, bought fashion product in Boutique Jolie Jewerelly Yogyakarta, and the respondents at least have graduated from senior high school or vocational school. Research data obtained from distributing questionnaires to the 130 respondents. The data were analyzed by structural equation modeling (SEM) supported by analysis of moment structure (AMOS).

The result of this research shows that: (1) store atmosphere has positive and significantly influence hedonic shopping value, (2) retail service has positive and significantly influence hedonic shopping value, (3) store atmosphere has positive and significantly influence impulsive buying, (4) retail service has positive and significantly influence impulsive buying, and (5) hedonic shopping value has positive and significantly influence impulsive buying.

The management of Boutique Jolie Jewerelly Yogyakarta recommended to maintain the indicators of store atmosphere and retail service that have been rated well by the customer and improve the indicators performance that haven't been rated well by the customer. That condition expected to increase customer convenience while they are shopping so that can encourage them to purchase impulsively.

Keyword : Store Atmosphere, Retail Service, Hedonic Shopping Value, Impulsive Buying

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh atmosfer gerai dan pelayanan ritel, terhadap nilai hedonik dan pembelian impulsif konsumen butik jolie jewerelly di Yogyakarta.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam pengembangan taktik pemasaran dan memberikan referensi perusahaan tentang responden Butik Jolie Jewerelly di Yogyakarta.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati, PA., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing yang penuh kesabaran telah memberikan masukan berupa kritik dan saran pada saat bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
4. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulisan hingga dapat menyelesaikan studi.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 14 Agustus 2017

Ayuk Wulandari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	Error! Bookmark not defined.
PERSEMBAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
INTISARI	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Batasan Masalah Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Rumusan Masalah Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
D. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
C. Hubungan Antar Variabel	Error! Bookmark not defined.
D. Model Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Obyek/Subyek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Jenis Data	Error! Bookmark not defined.
C. Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
D. Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian....	Error! Bookmark not defined.
F. Uji Kualitas Instrumen	Error! Bookmark not defined.
G. Uji Hipotesis Dan Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Uji Kualitas Instrumen	Error! Bookmark not defined.

C.	Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
D.	Hasil Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.	
SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.	
A.	Simpulan	Error! Bookmark not defined.
B.	Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.	
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Klasifikasi Indikator Variabel.....	37
Tabel 3.1 Profil Responden.....	56
Tabel 3.2 Uji Validitas	58
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas	60
Tabel 3.4 Statistik Deskriptif Variabel Atmosfer Gerai	61
Tabel 3.5 Statistik Deskriptif Variabel Pelayanan Ritel	62
Tabel 3.6 Statistik Deskriptif Variabel Nilai Hedonik.....	62
Tabel 3.7 Statistik Deskriptif Variabel Pembelian Impulsif	63
Tabel 3.8 <i>Outlier</i>	66
Tabel 3.9 Uji Normalitas.....	67
Tabel 3.10 Uji Hubungan Antar Variabel	69
Tabel 3.11 Uji <i>Computation of Degrees of Freedom</i>	72
Tabel 3.12 Uji Hubungan Antara Indikator	73
Tabel 3.13 Uji <i>Goodness of Fit</i>	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Penelitian	30
Gambar 1.2 Path Diagram.....	65
Gambar 1.3 Model Hipotesis Dari Output AMOS	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	88
Lampiran 2 Profil Responden	94
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas SPSS.....	96
Lampiran 4 Uji Statistik Deskriptif Variabel.....	100
Lampiran 5 Hasil Analisis Data AMOS	101
Lampiran 6 <i>Outlier</i>	102
Lampiran 7 Uji Normalitas	107
Lampiran 8 Uji Hipotesis.....	108
Lampiran 9 Uji Hubungan Antar Variabel	109
Lampiran 10 Uji Hubungan Antara Indikator Dengan Variabel	109
Lampiran 11 Uji <i>Goodness of Fit</i>	110

