

**PENGARUH ATMOSFER TOKO TERHADAP
NILAI BELANJA HEDONIS DAN PEMBELIAN
TIDAK TERENCANA
(Survei pada Konsumen Loka *Supermarket* Malang
City Point Malang)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

**RIVALDI YUDHISTIRA
NIM. 135030200111043**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN
MALANG
2017**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu
Administrasi Universitas Brawijaya, pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 3 Januari 2018
Jam : 12.30
Skripsi atas nama : Rivaldi Yudhistira
Judul : Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Nilai Belanja Hedonis
dan Pembelian tidak Terencana (Survei pada konsumen
Loka *Supemarket* Malang City Point)

dan dinyatakan

LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua,



Prof. Dr. Achmad Fauzi DH, MA
NIDK. 8813940017

Anggota,



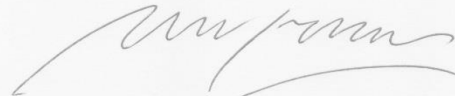
Lusy Deasyana R.D. SAB, MAB
NIP. 2013098612152001

Anggota,



Prof. Dr. Suharyono, MA
NIP. 194501011973031001

Anggota,



Inggang Perwangsa Nuralam, SE., MBA
NIP. 2014058404111001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam masalah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam masalah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 6 Desember 2017



Rivaldi Yudhistira

NIM. 135030200111043

CURRICULUM VITAE

DATA PRIBADI

Nama : Rivaldi Yudhistira
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 18 Januari 1995
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Tinggi Badan : 175cm
Berat Badan : 70 Kg
Alamat : Jalan Kedaung II No. 35 Larangan
Indah, Kec. Larangan, Ciledug, Tangerang
Handphone : 082140910996
Email : Sharealot72@gmail.com
Rivaldi_yudhistira@yahoo.co.id



DATA PENDIDIKAN

Sekolah Dasar : SDI AL-AZHAR 8 Kembangan
(2001-2007)
SMP : SMPI AL-AZHAR 10 Kembangan
(2007-2010)
SMA : SMAN 112 Jakarta Barat (2010-2013)
Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS BRAWIJAYA Malang
(2013-2018)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayahNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Nilai Belanja Hedonis dan Pembelian tidak Terencana (Survei pada Konsumen Loka *Supermarket* Malang City Point).

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi tidak akan terwujud tanpa ada bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Eteng Sumitra dan Ibu Dewi Khoriasih sebagai orang tua penulis, Reza Mitra Pratama dan Rizky Aditya sebagai kakak kandung saya, dan Putri Anyndita Sumitra sebagai adik kandung saya yang telah memberikan segala dukungan, doa dan kasih sayang sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsinya
2. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono M.S selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
3. Bapak Dr. Mochammad Al Musadieq M.BA, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

4. Bapak Mohammad Iqbal S.sos, M.IB, DBA selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
5. Bapak Dr. Drs. Wilopo, M.AB dan Bapak M. Kholid Mawardi Ph.D selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
6. Bapak Prof. Dr. Achmad Fauzi DH, MA dan Ibu Lusy Deasyana RD, MAB selaku dosen pembimbing saya yang tidak pernah lelah mencurahkan waktu dan pengetahuannya untuk membimbing saya selama penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Adiministrasi Bisnis yang sudah memberikan bekal ilmu teori maupun praktik untuk memperkaya wawasan penulis selama masa studi.
7. Teman-teman tersayang Megawati Bintang, Luthfi Nurhazami, Andhika Hidayatuloh, Zaky Donald, Masykur Ali, Dhana Arisetio, Rizky Hillman, Jelvy Yusuf, Fikri Rafif, Sabita yang selalu membeli semangat dan memberikan masukan dalam berdiskusi diskusi saat peneliti menyusun skripsi.
8. Teman-teman seperjuangan jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013 yang telah banyak membantu dan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi dan memberikan banyak kenangan kepada peneliti selama 4 tahun kuliah di Malang
9. Teman-teman AMC FIA UB yang telah memberikan dukungan kepada

peneliti

10. Semua pihak yang tidak mungkin peneliti sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 6 Desember 2017

Rivaldi Yudhistira

RINGKASAN

Rivaldi Yudhistira, 2017. **Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Nilai Belanja Hedonis dan Pembelian tidak Terencana** (Survei pada Konsumen Loka *Supermarket* Malang City Point). Dosen Pembimbing: Prof. Drs. Achmad Fauzi DH, MA; Lusy Deasyana R.D, MAB.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Menjelaskan pengaruh Atmosfer Toko terhadap Nilai Belanja Hedonis; 2) Menjelaskan pengaruh Atmosfer Toko terhadap Pembelian tidak Terencana; 3) Menjelaskan pengaruh Nilai Belanja Hedonis terhadap Pembelian tidak Terencana.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga, yaitu Atmosfer Toko, Nilai Belanja Hedonis dan Pembelian tidak Terencana. Pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada konsumen Loka *Supermarket* Malang City Point dengan kriteria berusia minimal 18 tahun dan berkunjung serta melakukan pembelian di Loka *Supermarket* Malang City Point minimal satu kali dalam satu bulan terakhir dengan tujuan mengetahui atmosfer toko di Loka *Supermarket* Malang City Point. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 115 orang responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Atmosfer Toko berpengaruh signifikan terhadap Nilai Belanja Hedonis. Kemudian, variabel Atmosfer Toko berpengaruh signifikan terhadap Pembelian tidak Terencana. Selanjutnya, variabel Nilai Belanja Hedonis berpengaruh signifikan terhadap variabel Pembelian tidak Terencana. Hasil penelitian ini juga menunjukkan Atmosfer Toko berpengaruh secara tidak langsung terhadap Pembelian tidak Terencana melalui Nilai Belanja Hedonis.

Kata Kunci: Atmosfer Toko, Nilai Belanja Hedonis, Pembelian tidak Terencana

SUMMARY

Rivaldi Yudhistira. 2017. **The Influence of Store Atmosphere on Hedonic Shopping Value and Impulse Buying (Survey on Consumer of Loka Supermaket Malang City Point)**. Supervisor : Prof. Drs. Achmad Fauzi DH, MA; Lusy Deasyana R.D, MAB.

This research aims to explain: 1) The influence of Store Atmosphere on Hedonic Shopping Value; 2) The influence of Store Atmosphere on Impulse Buying; and 3) The influence of Hedonic Shopping Value on Impulse Buying.

This research use explanatory research with quantitative approach. The variables that used are three: Store Atmosphere, Hedonic Shopping Value and Impulse Buying. The collection of data obtain througha questionnaire which distribute on consumers of Loka Supermarket Malang City Point with respondent's criterias are with a minimum age of 18 years old and visit and make a purchase at Loka Supermarket Malang City Point at least once in the last one month with the aim of knowing the store atmosphere at Loka Supermarket Malang City Point. The sample in this research use purposive sampling. The data analysis use descriptive analysis and path analysis.

The result is Store Atmosphere significantly influence the Hedonic Shopping Value. Then, Store Atmosphere significantly influence on Impulse Buying. Furthermore, Hedonic Shopping Value significantly influence on Impulse Buying. The other result showed that Store Atmosphere indirectly influence Impulse Buying through Hedonic Shopping Value.

Keyword: Store Atmosphere, Hedonic Shopping Value, Impulse Buying.

DAFTAR ISI

	Halaman
MOTTO	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
RINGKASAN	v
SUMMARY	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kontribusi Penelitian	6
E. Sistematika Pembahasan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Tinjauan Teoritis	16
1. Ritel	16
2. Perilaku Konsumen	17
3. Atmosfer Toko	18
a. Definisi Atmosfer Toko	18
b. Element Atmosfer Toko	20
4. Nilai Belanja Hedonis	21
a. Definisi Nilai Belanja Hedonis	21
b. Karateristik Nilai Belanja Hedonis	22
5. Pembelian tidak Terencana	23
a. Definisi Pembelian tidak Terencana	23
b. Kategori Pembelian tidak Terencana	24
C. Hubungan antar Variabel	25
1. Hubungan Atmosfer Toko dengan Nilai Belanja Hedonis ...	25
2. Hubungan Atmosfer Toko dengan Pembelian tidak Terencana	25
3. Hubungan Nilai Belanja Hedonis dengan Pembelian tidak Terencana	26
D. Kerangka Pemikiran	27
E. Model Hipotesis	29

BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Jenis Penelitian	30
	B. Lokasi Penelitian	30
	C. Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran	31
	1. Variabel	31
	2. Definisi Operasional	31
	a. Variabel Atmosfer Toko	31
	b. Variabel Nilai Belanja Hedonis	33
	c. Variable Pembelian tidak Terencana	35
	3. Skala Pengukuran	38
	D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	39
	1. Populasi	39
	2. Sample	39
	3. Teknik Pengambilan Sampel	42
	E. Teknik Pengumpulan Data	43
	1. Sumber Data	43
	2. Metode Pengumpulan Data	44
	3. Instrumen Penelitian	44
	F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	44
	1. Uji Validitas	44
	2. Uji Reliabilitas	45
	3. Hasil Validitas dan Reliabilitas	46
	a. Hasil Uji Validitas	46
	b. Hasil Uji Reliabilitas	54
	G. Teknik Analisis	55
	1. Analisis Deskriptif	55
	2. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	55
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	56
	B. Gambaran Umum Responden	57
	1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
	2. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	58
	3. Deskripsi Responden Berdasarkan Status	58
	4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	59
	5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan/ Uang Saku	60
	6. Deskripsi Responden Berdasarkan Kedatangan Satu Bulan Terakhir	60
	7. Deskripsi Responden Berdasarkan Pembelian Satu Bulan Terakhir	61
	C. Hasil Analisis Deskriptif	61
	1. Variabel Atmosfer Toko	61
	a. Indikator <i>Ekterior</i>	62
	b. Indikator <i>General Interior</i>	64
	c. Indikator <i>Store Layout</i>	66
	2. Variabel Nilai Belanja Hedonis	67

a. Indikator <i>Adventure Shopping</i>	69
b. Indikator <i>Social Shopping</i>	71
c. Indikator <i>Gratification Shopping</i>	72
d. Indikator <i>Idea Shopping</i>	74
e. Indikator <i>Role Shopping</i>	76
f. Indikator <i>Value Shopping</i>	78
3. Variabel Pembelian tidak Terencana	79
a. Indikator Impuls Murni	81
b. Indikator Impuls Pengingat	82
c. Indikator Impuls Saran	84
d. Indikator Impuls Terencana	86
D. Hasil Uji Analisis Jalur	88
1. Koefisien Jalur Amosfer Toko terhadap Nilai Belanja Hedonis	88
2. Koefisien Jalur Atmosfer Toko terhadap Pembelian tidak Terencana	89
3. Koefisien Jalur Nilai Belanja Hedonis terhadap Pembelian tidak Terencana	89
4. Hubungan antar Jalur	90
5. Pengaruh tidak Langsung	91
6. Pengaruh Total	91
7. Ketetapan Model	92
E. Pembahasan Hasil Penelitian	92
1. Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Nilai Belanja Hedonis	92
2. Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Pembelian tidak Terencana	94
3. Pengaruh Nilai Belanja Hedonis terhadap Pembelian tidak Terencana	95
a. Variabel Atmosfer Toko	88
b. Variabel Nilai Belanja Hedonis	91
c. Variabel Pembelian tidak Terencana	95
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	98
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.	Penelitian Terdahulu	13
2.	Teori Menurut Ahli	29
2.	Variabel, Indikator dan <i>item</i>	36
3.	Skor Jawaban Responden	39
4.	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Eksterior</i>	46
5.	Hasil Uji Validitas Variabel <i>General Interior</i>	47
6.	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Layout</i>	47
7.	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Adventure Shopping</i>	48
8.	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Shopping</i>	49
9.	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Gratification Shopping</i>	49
10.	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Idea Shopping</i>	50
11.	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Role Shopping</i>	50
12.	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Value Shopping</i>	51
13.	Hasil Uji Validitas Variabel Impuls Murni	52
14.	Hasil Uji Validitas Variabel Impuls Pengingat	52
15.	Hasil Uji Validitas Variabel Impuls Saran	53
16.	Hasil Uji Validitas Variabel Impuls Terencana	53
17.	Hasil Uji Reliabilitas	54
18.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
19.	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	58
20.	Deskripsi Responden Berdasarkan Status	58
21.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	59
22.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang saku	60
23.	Deskripsi Responden Berdasarkan Kedatangan Satu Bulan Terakhir	60
24.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pembelian Satu Bulan Terakhir	61
25.	Distribusi Frekuensi Variabel Atmosfer Toko	62
26.	Distribusi Frekuensi Variabel Variabel Nilai Belanja Hedonis	68
27.	Distribusi Frekuensi Variabel Pembelian tidak Terencana	80
28.	Hasil Analisis Jalur	88

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.	Model dari Dampak Suasana Toko	20
2.	Kerangka Pemikiran	28
3.	Model Hipotesis	29
4.	Hasil Analisis Jalur	90