

**HUBUNGAN ANTARA ATMOSFER TOKO DAN BELANJA
HEDONIS DENGAN PEMBELIAN IMPULSIF DI MATAHARI
DEPARTMENT STORE ARION MALL PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
DI JAKARTA**

YURINDA RAMADHANA

8135154019



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2019

***THE CORRELATION BETWEEN STORE ATMOSPHERE AND
HEDONIC SHOPPING WITH IMPULSE BUYING AT
MATAHARI DEPARTMENT STORE ARION MALL IN
FACULTY OF ECONOMICS STUDENT IN STATE UNIVERSITY
OF JAKARTA***

YURINDA RAMADHANA

8135154019



*Building
Future
Leaders*

*Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta*

STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2019

ABSTRAK

YURINDA RAMADHANA, Hubungan antara Atmosfer Toko dan Belanja Hedonis dengan Pembelian Impulsif di Matahari *Department Store Arion Mall* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta.

Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan terhitung sejak Februari sampai dengan Juli 2019 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara atmosfer toko dan belanja hedonis dengan pembelian impulsif di Matahari *Department Store Arion Mall* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang pernah melakukan pembelian impulsif di Matahari *Department Store Arion Mall*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 145 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 8,509 + 0,165 X_1 + 0,289 X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat spesifikasi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y sebesar 0,200, X_1 bernilai sebesar 0,200, dan X_2 sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi variabel pembelian impulsif (Y) atas atmosfer toko (X_1) menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $0,967 < 3,056$ dan uji linieritas regresi pembelian impulsif (Y) atas belanja hedonis (X_2) menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $0,831 < 3,056$, sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linier. Dari uji keberartian regresi Y atas X_1 dan X_2 menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $13,386 > 3,056$, sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Selanjutnya dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X_1 $t_{hitung} = 2,298$ dan $t_{tabel} = 1,65566$, Y atas X_2 dengan t_{hitung} sebesar 2,428 dan $t_{tabel} = 1,65566$. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara atmosfer toko dengan pembelian impulsif. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara belanja hedonis dengan pembelian impulsif. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara atmosfer toko dan belanja hedonis dengan pembelian impulsif. Koefisien determinasi Y atas X_1 dan X_2 yang diperoleh adalah 0,159, hal ini menunjukkan bahwa pembelian impulsif dipengaruhi oleh variabel atmosfer toko dan belanja hedonis sebesar 15,9%.

Kata Kunci: Atmosfer Toko, Belanja Hedonis, Pembelian Impulsif

ABSTRACT

YURINDA RAMADHANA, *The Correlation between Store Atmosphere and Hedonic Shopping with Impulse Buying at Matahari Department Store Arion Mall in Faculty Of Economic Student, State University of Jakarta.*

This research was conducted at Faculty of Economics, State University of Jakarta, for 6 months from February to July 2019. The purpose of this research is to know the relationship between store atmosphere and hedonic shopping with impulse buying at Mathari Department Store Arion Mall in Faculty of Economic Student, State University of Jakarta. The research method used is survey method with correlational approach, the population used is all students of Faculty of Economics, State University of Jakarta who has ever did impulse buying at Matahari Department Store Arion Mall. The sampling technique used is the technique of purposive sampling of 145 students. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 8,509 + 0,165 X_1 + 0,289 X_2$. Test the analytical requirement that is test of normality with Kolmogorov-Smimov test with significance level (α) = 5% or 0,05 and yield significant level Y value equal to 0,200, X_1 value of 0,200, X_2 is worth 0,200. Because the level of significance of these three variables > 0.05 it can be concluded that the data is normally distributed and can be used in further analysis. The linearity of regression Y on X_1 produces $F_{count} < F_{table}$ is $0,967 < 3,056$ and testing linearity of regression Y on X_2 produces $F_{count} < F_{table}$ $0,831 < 3,056$, so it can be concluded that the regression equation is significant. Hypothesis testing from the significance regression Y on X_1 and X_2 produces $F_{count} > F_{table}$ which, $13,386 > 3,056$, meaning that the regression equation is significant. Then performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, Y on X_1 $t_{count} = 2,298$ and $t_{table} = 1,65566$ and performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, Y on X_2 $t_{count} = 2,428$ and $t_{table} = 1,65566$. It can conclude that is positive and significant. The coefficient of determination Y on X_1 and X_2 obtained by 0,159 indicating that, 15,9% variable impulse buying is determined by the store atmosphere and hedonic shopping.






Keywords: *Store Atmosphere, Hedonic Shopping, Impulse Buying*

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dedi Purwana ES., M.Bus.
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. Ryna Parlyna, MBA NIP. 197701112008122003	Ketua Penguji		5 Agustus 2019
2. Dita Puruwita, S.Pd., M.Si. NIP. 198209082010122004	Penguji Ahli		5 Agustus 2019
3. Dr. Corry Yohana, M.M. NIP. 195909181985032011	Sekretaris		5 Agustus 2019
4. Drs. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si. NIP. 196610302000121001	Pembimbing I		5 Agustus 2019
5. Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E, M.M NIDK. 8854660018	Pembimbing II		5 Agustus 2019

Tanggal Lulus: 26 Juli 2019

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2019

Yang membuat pernyataan



Yurinda Ramadhana
NIM. 8135154019

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“If you are grateful, I will give you more”

(QS. Ibrahim: 7)

“Allah will not change the condition of people until they change what is in themselves”

(QS. Ar-Ra’d: 11)

“Do the best but don’t feel the best”

(Yurinda Ramadhana)

Alhamdulillah rabbil’alamin. Segala puji bagi Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini saya persembahkan untuk Mama, Papa dan kedua adik saya yang saya cintai yang telah menjadi motivasi saya untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dan tidak pernah berhenti memberikan do’a dan dukungan dalam bentuk moril maupun materil.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan anugerah-Nya dengan memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Atmosfer Toko dan Belanja Hedonis dengan Pembelian Impulsif di Matahari *Department Store* Arion Mall pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si selaku dosen pembimbing I sekaligus dosen pembimbing akademik yang telah banyak berjasa dalam memberikan ilmu, motivasi, arahan, saran, dukungan, perhatian dan kesabaran dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu, telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, perhatian, dukungan, saran yang membangun, motivasi dan juga telah banyak mengajarkan kebaikan selama masa perkuliahan saya dan dalam penelitian ini.
3. Ryna Parlyna, MBA selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.

4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang berguna.
5. Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi yang telah meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini.
7. Kedua orang tua tercinta yaitu Ibu Rini Andriani dan Bapak Yuheri, serta kedua adik saya Yumardani Adha dan Yumeizy Syahputra yang selalu setia mendukung, menemani dan menyayangi dengan tulus.
8. Teman-teman seperjuangan terkhususnya Indah Kusumawati, Alqurratu Aini, Haniffa Arista, Khoirul Barriyah, dan Siti Nursaleha dan juga teman-teman sebimbangan yang saling membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa, dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Juli 2019

Yurinda Ramadhana