

Konsentrasi/Bidang Minat :
Manajemen Ritel

FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
IMPULSE BUYING PADA PRODUK *ACCESSORIES*
FURNITURE DI INFORMIA INNOVATIVE FURNISHINGS
SURABAYA



Disusun Oleh :
Robert Mesakh Gunawan
3103010035

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2015

FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
IMPULSE BUYING PADA PRODUK *ACCESSORIES*
FURNITURE DI INFORMA INNOVATIVE FURNISHINGS
SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH
ROBERT MESAKH GUNAWAN
3103010035

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2015

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
IMPULSE BUYING PADA PRODUK *ACCESSORIES*
FURNITURE DI INFORMA INNOVATIVE FURNISHINGS
SURABAYA**

OLEH

ROBERT MESAKH GUNAWAN

3103010035

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si

Tanggal: 15 / 2015

Pembimbing II,



Robertus Sigit H L, SE., M.Se

Tanggal: 16 / 01 / 2015

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : ROBERT MESAKH GUNAWAN

NRP : 3103010035

Telah diuji pada tanggal : 30 Januari 2105 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji

Dr. Margaretha Ardhanari, SE, M.s

NIK 311.95.0228

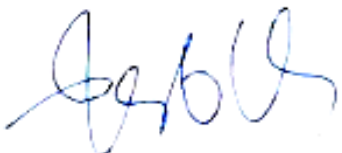
Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Rodovirus Lasni, SE., MM
NIK 321. 99. 0370



Elisabeth Supriharyanti, SE.,M.Si
NIK 311. 99. 0369

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Robert Mesakh Gunawan

NRP : 3103010035

Judul Skripsi : Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi *Impulse Buying* Pada Produk *Accessories Furniture* Di Informa Innovative Furnishings Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 Febuari 2015



(Robert Mesakh Gunawan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis naikkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “faktor- faktor yang mempengaruhi *impulse buying* pada produk *accessories furniture* di informa innovative furnishings surabaya”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM, selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si, selaku Ketua Jurusan dan Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta memberikan banyak masukan untuk membimbing penulisan skripsi ini.
3. Bapak Robertus Sigit H., SE., M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis dan Dosen Pembimbing II, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Segenap staff dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan banyak pengetahuan selama masa perkuliahan.

5. Papa, Mama, Cece Fenny , Cynthia Dharmananda, serta Nenek, keluarga yang selalu ada memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi dan seluruh doa.
6. Kepada teman-teman yang memberi bantuan suport Konikon Condro , Ko Candra Kusuma , Ko Noel , CG Faith Noel , Sally Veronica , Recky.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan penulis dapat menerima saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini

Surabaya, 17 Februari 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 <i>Diskon</i>	11
2.2.2 <i>Penawaran Premium</i>	13
2.2.3 <i>Window display</i>	13
2.2.4 Cara pembayaran dalam bertransaksi	18
2.2.5 <i>Impulse Buying</i>	19

2.3 Hubungan Antar Variabel	23
2.3.1 <i>Diskon Harga Dan Penawaran premium Terhadap Impulse Buying</i>	23
2.3.2 <i>Window Display Terhadap Impulse Buying</i>	24
2.3.3 <i>Cara Pembayaran Dalam Bertransaksi Terhadap Impulse Buying</i>	24
2.4 Model Penelitian.....	26
2.5 Hipotesis	27
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Identifikasi Variabel	28
3.3 Definisi Operasional Variabel	29
3.3.1 Diskon	29
3.3.2 <i>Penawaran Premium</i>	30
3.3.3 <i>Window Display</i>	30
3.3.4 <i>Cara pembayaran Dalam bertransaksi</i>	31
3.3.5 <i>Impulse Buying</i>	32
3.4 Jenis dan Sumber Data	32
3.5 Pengukuran Variabel	33
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data	33
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	33
3.7.1 Populasi	33
3.7.2 Sampel.....	34
3.7.3 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.8 Uji Validitas Dan Reliabilitas	35
3.8.1 Uji Validitas	35
3.8.2 Uji Reliabilitas	35
3.9 Teknik Analisis Data	35

3.9.1 Uji Normalitas Data	36
3.9.2 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	36
3.10. Kecocokan Model Struktural	37
3.11. Uji Hipotesis	37
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Karakteristik Responden.....	38
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	40
4.3 Uji Normalitas , Multivariate dan Uji Multikolienaritas	46
4.4 Pengujian Model Pengukuran	49
4.5 Uji Reliabilitas.....	50
4.6 Pengujian Keseluruhan Model.....	52
4.7 Pengujian Model Struktural.....	55
4.8 Pengujian Hipotesis	58
4.9 Pembahasan.....	59
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Simpulan	62
5.2 Saran	63
5.2.1 Saran Akademik.....	63
5.2.2 Saran Praktis	63
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	64
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	10
Tabel 4.1	Derajat Penilaian Rata-Rata Variabel.....	41
Tabel 4.2	Hasil Penilaian Rata-Rata Variabel.....	41
Tabel 4.3	Hasil Uji Multivariate Normality	45
Tabel 4.4	Hasil Uji Multivariate Outliers	46
Tabel 4.5	Coefficients.....	47
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.7	Hasil Uji Construct Reliability.....	50
Tabel 4.8	Ikhtisar Goodness Of Fit Indeks	52
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Hipotesis.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Penelitian.....	26
------------	-----------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data Penelitian
Lampiran 3	Hasil Kuisisioner
Lampiran 4	Statistik Deskriptif
Lampiran 5	Hasil <i>Structural Equation Modeling</i>
Lampiran 6	<i>Path Diagram</i>

ABSTRAK

Impulse Buying adalah suatu kondisi yang terjadi ketika individu mengalami perasaan terdesak secara tiba-tiba yang tidak dapat dilawan.ada faktor-faktor yang mempengaruhi impulse buying diantaranya diskon , *penawaran premium* , *window display* , dan cara pembayaran dalam bertransaksi dengan menggunakan kartu kredit atau debit, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diskon , *penawaran premium* , *window display* , dan cara pembayaran dalam bertransaksi dengan menggunakan kartu kredit atau debit terhadap impulse buying pada konsumen Informa Innovative Furnishings di Surabaya.

Pada penelitian ini yang dipakai adalah konklusif pada studi causal research. Teknik pengambilan sampling yang di gunakan adalah non probability sampling. Jenis metode yang digunakan purposive sampling. Sampel yang di gunakan berjumlah 150 orang konsumen Informa Innovative Furnishings di Surabaya. Data di kumpulkan dengan menggunakan kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah structural equation model dengan bantuan Lisrel. Hasil analisis ini menunjukan bahwa diskon, *penawaran premium*, *window display*, dan cara pembayaran dalam bertransaksi dengan menggunakan kartu kredit atau debit berpengaruh secara langsung terhadap *impulse buying*.

Kata Kunci: Impulse Buying; Diskon; Penawaran Premium; Window Display; dan Cara pembayaran dalam bertransaksi dengan menggunakan kartu kredit atau debit.

FACTORS AFFECTING THE IMPULSE BUYING PRODUCTS FURNITURE ACCESSORIES IN INFORMA INNOVATIVE FURNISHINGS SURABAYA

ABSTRACT

Impulse Buying is a condition that occurs when individuals experience a sense of urgency suddenly can not dilawan.ada factors influencing impulse buying them a discount, premium offers, window display, and method of payment in the transaction by using a credit or debit card, this study aims to determine the effect of discount, premium offers, window display, and method of payment in the transaction by using a credit or debit card on the consumer impulse buying Innovative Informa Furnishings in Surabaya.

In this research, which in use is conclusive on causal research. Sampling technique used was non-probability sampling. This type of method used purposive sampling. Samples are in use totaled 150 Consumer Informa Innovative Furnishings in Surabaya. Data was collected using a questionnaire. The analysis technique used is the structural equation model with the help lisrel. The results of this analysis showed that the discount, premium offers, window display, and method of payment in the transaction by using a credit or debit card directly affects impulse buying.
Keywords: Impulse Buying; discounts; Premium Offer; Window Display; and The method of payment in the transaction by using a credit or debit card.