

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVES* , *DISPLAY PRODUCT* DAN
PERSONAL SELLING TERHADAP *IMPULSE BUYING***

(Studi Kasus Pada Elzatta Cabang Jepara)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Disusun oleh :

LAELA FITRIYANI

NIM. 131110001076

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDHATUL ULAMA
JEPARA
2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVES, DISPLAY PRODUCT* DAN
PERSONAL SELLING TERHADAP *IMPULSE BUYING***

(Studi Kasus Pada Elzatta Cabang Jepara)

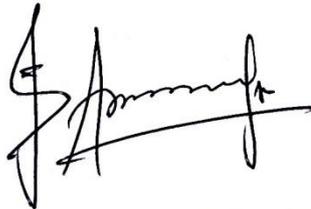
Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan
Dihadapan tim penguji skripsi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Nama Mahasiswa : Laela Fitriyani
NIM : 131110001076
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh Pembimbing

Pembimbing



H.Samsul Arifin, S.E., M.M

1740719 99 134

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVES*, *DISPLAY PRODUCT* DAN
PERSONAL SELLING TERHADAP *IMPULSE BUYING***

(Studi Kasus Pada Elzatta Cabang Jepara)

Nama Penyusun : Laela Fitriyani

NIM : 131110001076

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Pada hari Kamis, tanggal 28 September 2017

Mengesahkan

Penguji I


MUCH. IMRON, S.E., MM.

NIY. 1 650802 97 011

Penguji II


Hj. NURUL KOMARYATIN, S.E., M.Si.

NIY. 1 701015 97 013

Ketua

Program Studi Manajemen



A. KHOIRUL ANAM S.E., M.Si

NIY. 1 800421 06 041

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari Program S-1 jurusan Manajemen seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah di ajukkan sebagai pemenuhan sayarat untuk memperoleh gelar Sastra (S-1) daru Universitas Nahdlatul Ulama Jepara.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Sripsi yang saya kutip dari karya orang lain yang telah di tulisakn sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Dengan menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi berjudul : “ **PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVES , DISPLAY PRODUCT DAN PERSONAL SELLING TERHADAP IMPULE SBUYING**” (studi kasus pada Elzatta cabang Jepara Jl.Kolonel Sugiono No289C Kauman Jepara)
2. Saya juga mengakui bahwa hasil karya ini, dapat di selesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing saya yaitu H.Samsul Arifin, S.E., M.M

Apabila kemudian hari di temukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima **PENCABUTAN GELAR AKADEMIK** yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Jepara,28 Agustus 2017



Laela Fitriyani

131110001076

MOTTO

Imam Muslim dalam shahihnya, dari hadits Abu Hurairah radhiyallahu ‘anhu, sesungguhnya Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda :

اللَّهُ بِيُوتٍ مِنْ بَيْتٍ فِي قَوْمٍ اجْتَمَعَ وَمَا الْجَنَّةُ، إِلَى طَرِيقًا بِهِ لَهُ اللَّهُ سَهْلٌ عَلِيمًا فِيهِ يَلْتَمِسُ طَرِيقًا سَلَكَ وَمَنْ
، الْمَلَائِكَةُ وَحَقَّتْهُمْ ، الرَّحْمَةُ وَعَشِيَّتُهُمْ السَّكِينَةُ، عَلَيْهِمْ نَزَلَتْ إِلَّا بَيْنَهُمْ وَيَنْدَارُ سُوْنَةُ اللَّهِ كِتَابَ يَثْلُونَ
عِنْدَهُ فَيَمْنُ اللَّهُ وَذَكَرَهُمْ

“Barang siapa yang menempuh suatu perjalanan dalam rangka untuk menuntut ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga. Tidaklah berkumpul suatu kaum disalah satu masjid diantara masjid-masjid Allah, mereka membaca Kitabullah serta saling mempelajarinya kecuali akan turun kepada mereka ketenangan dan rahmat serta diliputi oleh para malaikat. Allah menyebut-nyebut mereka dihadapan para malaikat.”

PERSEMBAHAN

Dengan segenap keredahan hati kupersembhakan Skripsi ini kepada orang-orang yang telah memberi warna dalam kehidupanku:

1. Orang tuaku tercinta Bapak Suroso dan Ibu Suliyah yang senantiasa mendukung dalam setiap langkahku. Dan selalu memberikan kasih sayang, bantuan dan dorongan dengan tulus, ikhlas dan moril serta material. Ini adalah sebagian perjuangan dan cita-citaku do'a dan dukungan darimu senantiasa terus kuberharap agar langkahku esok terus maju
2. Keluargaku Mbah kakung, Mbah putri , semua om dan tante , semua keponakan-keponakanku yang selalu membantu dan menyemangatiku
3. Untuk Muhammad Rifqi yang selalu menyemangati, mensupport dan selalu mendukungku
4. Untuk sahabat-sahabatku anita nur Jannah, latifah, Ima Yuliana, Ginesti Nila Silvia, Sela Candra Kumaidah, Nayla Amalia, dan Umi Pinasti yang selalu mendukung dan menyemangatiku
5. Untuk sahabat-sahabatku yang sama-sama sedang berjuang Fitriyaningsih , deshima Citra Mahakama, Ria Umami, Aisyah eva Lisna Putri , Siti Faradiba, Dewi Ismah , dan Selly Sholekah yang selalu mendukung dan mendokan dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Untuk Pak boksu iwan Subekti dan team kerjaku Ulul Azizah, Winarto, Dedi Andika, yang selalu mendukung dan menyemnagatiku
7. Untuk Mbak Novi Lestari dan Mas Anam yang sudah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini

8. Dan untuk semua keluarga, saudara, sahabat, dan teman-teman yang mungkin tidak saya sebutkan terimakasih atas doa dan dukungan kalian

Akhirnya kupersembahkan karya sederhana ini untuk ketulusan kalian semua semoga apa yang aku impikan akan menjadi kenyataan, aminn..dan semoga karya tulis ini dapat bermanfaat bagi orang lain.

ABSTRAKSI

Penelitian ini di latar belakang oleh adanya penurunan perilaku berbelanja di redshare Elzatta cabang Jepara dan bagaimana perusahaan harus dapat menciptakan dan membuat calon konsumen untuk dapat melakukan *impulse buying*. Dari data yang di peroleh peneliti yang di dapatkan dari manager redshare Elzatta cabang jepara mengatakan bahwa pendapatan perbulan yang di peroleh rata-rata mengalami peningkatan tetapi ada apada beberapa bulan mengalami penurunan, meskipun penurunan yang di alami tidak signifikan tetapi dampak yang di rasakan berpengaruh pada pendapatan perusahaan. Sehingga perusahaan harus berfikir bagaimana agar dapat membuat konsumen untruk dapat melakukan pembelian secara *impulse*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memngetahui seberapa besar pengaruh variable *Hedonic Shopping Motives, Display Product Dan PersonalSelling* terhadap *Impulse Buying* pada Elzatta cabang Jepara, penelitian ini dilakukan pada konsumen Elzatta cabang Jepara yang berjenis kelamin Laki-laki dan Perempuan mulai berumur 18-35 Tahun yang melakukan pembelian secara tidak terencana. pengumpulan data di lakukan melalui penyebaran Kuesioner dengan jumlah sample yang tetapkan sebanyak 96 responden dengan menggunakan metode *non-probailibty* sampling yaitu bentuk *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Data yang telah memenuhi Analisis regresi korelasi, uji validitas, uji reabilitas di olah sehingga menghasilkan persamaan.

Variabel *hedonic shooping motives* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, di tinjukkakn oleh t hitung sebesar 1,187 dengan signifikan t sebesar 0,283 lebih kecil dari t table 1,660. Variabel *Display Product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, di tinjukkakn oleh t hitung sebesar 2,863 dengan signifikan t sebesar 0,005 lebih besar dari t table 1,660. Variabel *Personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, di tinjukkakn oleh t hitung sebesar 2,356 dengan signifikan t sebesar 0,021 lebih besar dari t table 1,660. Secara simultan atau bersama-sama variabel *hedronic shopping motives, display product dan personal selling* mempunyai pengaruh positif dan signifikan hal ini di tunjukkan oleh f hitung sebesar 30,288 dengan signifikan f table sebesar 2,142.

Kata kunci : *Hedonic Shopping Motives, Display Product, Personal Selling, impulse buying*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada ALLAH SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVES, DISPLAY PRODUCT DAN PERSONAL SELLING TERHADAP IMPULSE BUYING*” (studi kasus pada Elzatta cabang Jepara Jl.Kolonel Sugiono No289C Kauman Jepara). Skripsi ini di ajukkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Progam Sarjana (S1) pada Progam Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT segala puji bagi Allah atas segala nikmat dan hidayah-Nya, Tuhan semesta alam yang senantiasa memberi petunjuk, kekuatan lahir dan batin, dan senantiasa memberi semangat serta keikhlasan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua saya yang sangat saya sayangi Bpk. Suroso dan Ibu Suliyah yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta doa yang tak pernah putus.
3. Bapak Dr. Sa’dullah Assa’idi, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara.
4. Bapak A.Khoirul Anam, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara.
5. Bapak H.Samsul Arifin, S.E., M.M selaku Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Kepada manager store Elzatta cabang jepara, dan para staff Elzatta cabang Jepara yang sudah membantu saya memberikan data tentang Elzatta kepada saya dan membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat anita nur Jannah, latifah, Ima Yuliana, Ginesti Nila Silvia, Sela Candra Kumaidah, Nayla Amalia, Umi Pinasti. Fitriyaningsih , Deshima Citra Mahakama, Ria Umami, Aisyah Eva Lisna Putri , Siti Faradiba, Dewi Ismah , dan Selly Sholekah yang tidak henti memberikan dukungan dan motivasi.
8. Untuk Mbak Novi Lestari dan Mas Anam yang sudah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Dan untuk semua keluarga, saudara, sahabat, dan teman-temanku yang mungkin tidak saya sebutkan terimakasih atas doa dan dukungan kalian.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jepara, 28 Agustus 2017



LAELA FITRIYANI

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Ruang Lingkup Penelitian	11
1.3.Rumusan Masalah.....	11
1.4.Tujuan Penelitian.....	12
1.5.Manfaat penelitian	13
1.5.1.Manfaat Teoritis.....	13
1.5.2.Manfaat Praktis.....	13
1.6.Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1. Landasan Teoritis	15
2.1.1. <i>Impulse Buying</i> (Pembelian Tidak Terencana)	15
2.1.2. <i>Hedonic Shopping Motives</i> (Motif Berbelanja Hedronis)	17
2.1.3. <i>Display Product</i> (Tampilan Produk).....	19
2.1.4. <i>Personal selling</i> (Penjualan Pribadi)	23
2.2. Penelitian Terdahulu.....	25
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	29
2.4. Perumusan Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1.Variable penelitian Dan Definisi Oprasional.....	33
3.1.1.Variable penelitian.....	33

3.2.1. Definisi Operasional	34
3.2. Jenis dan sumber data	35
3.2.1. Data Primer	36
3.2.2. Data Sekunder	36
3.3. Penentuan Populasi dan Sampel	37
3.3.1. Populasi	37
3.3.2. Sampel	38
3.3.3. Teknik pengambilan sampel	38
3.4. Metode Pengumpulan Data	40
3.4.1. Observasi	40
3.4.2. Kuesioner	40
3.4.3. Studi Pustaka	41
3.5. Metode Pengolahan Data	41
3.5.1. Editing	41
3.5.2. Coding	41
3.5.3. Scoring	42
3.5.4. Tabulating	42
3.6. Metode analisis data	42
3.6.1. Uji Validitas	43
3.6.2. Uji Reabilitas	44
3.6.3. Analisis Regresi Linear Berganda	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	49
4.1.1. Sejarah singkat dan Perkembangan Elzatta	49
4.1.2. Profil Elzatta Jepara	51
4.2. Deskripsi Responden	52
4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis kelamin	53
4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	53
4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
4.2.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.3 Analisis Data	55

4.3 Analisis Data.....	55
4.3.1 Uji Validitas.....	55
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	56
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
4.3.4 Uji Hipotesis.....	61
4.3.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	65
4.4 Pembahasan	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1. Kesimpulan	69
5.2. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73

Daftar Tabel

TABEL 1.1 OMSET PENJUALAN ELZATTA	4
TABEL 2.1 PENELITIAN TERDAHULU.....	26
TABEL 2.2 FORMULATING A RESARCH DESIGN	30
TABEL 3.1 DEVINISI OPERASIONAL VARIABLE.....	34
TABEL 4.1 JUMLAH RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN	53
TABEL 4.2 JUMLAH RESPONDEN BERDASARKAN USIA	53
TABEL 4.3 JUMLAH RESPONDEN BERDASARKAN PENDIDIKAN TERAKHIR	54
TABEL 4.4 JUMLAH RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN	55
TABEL 4.5 UJI VALIDITAS	56
TABEL 4.6 UJI REABILITAS.....	57
TABEL 4.7 ANALISIS REGRESI	58
TABEL 4.8 HASIL UJI ANOVA ATAU F TEST	59
TABEL 4.9 HASIL UJI F	63
TABEL 4.10 KOEFISIEN DETERMINASI (R ²).....	66

Daftar Gambar

GAMBAR 2.1 KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS	31
GAMBAR 3.1 UJI STATISTIK F	46
GAMBAR 3.2 UJI STATISTIK T	47
GAMBAR 4.1 HASIL UJI F.....	62
GAMBAR 4.2 HASIL UJI T SATU ARAH.....	64
GAMBAR 4.3 HASIL UJI T SATU ARAH.....	64
GAMBAR 4.4 HASIL UJI T SATU ARAH.....	65