

**ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, PELAYANAN RITEL,
NILAI HEDONIK DAN PEMBELIAN IMPULSIF TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS KONSUMEN *ACE HARDWARE* SOLO PARAGON)**



SKRIPSI

Digunakan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

FIRDA ALMA HUSNA
B100150216

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417, Fax. 715448 Surakarta 57102
Website: <http://www.ums.ac.id> Email: Ums@ums.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini pembimbing skripsi tugas akhir.

Nama : Ir. Irmawati, S.E., M.Si.

Telah membaca dan mencermati skripsi dengan judul:

Analisis Pengaruh *Store Atmosphere*, Pelayanan Ritel, Nilai Hedonik dan Pembelian Impulsif Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen *Ace Hardware*)”.

Oleh:

FIRDA ALMA HUSNA
B100150216

Penanda tangan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 08 Februari 2020

Pembimbing

(Ir. Irmawati, S.E., M.Si.)

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, PELAYANAN RITEL,
NILAI HEDONIK DAN PEMBELIAN IMPULSIF TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS KONSUMEN *ACE
HARDWARE SOLO PARAGON*)**

Yang ditulis dan disusun oleh :

**FIRDA ALMA HUSNA
B 100 150 216**

Penanda tangan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 08 Februari 2020

Pembimbing



(Ir. Irmawati, S.E., M.Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Syamsudin, M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **FIRDA ALMA HUSNA**
NIM : **B 100 150 216**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*,
PELAYANAN RITEL, NILAI HEDONIK DAN
PEMBELIAN IMPULSIF TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN (STUDI KASUS KONSUMEN *ACE
HARDWARE SOLO PARAGON*)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batalsayaterima.

Surakarta, 08 Februari 2020
Yang membuat pernyataan,

(FIRDA ALMA HUSNA)

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.” (QS. Al-Insyirah,6-8)

"Hiduplah seperti pohon kayu yang lebat buahnya; hidup di tepi jalan dan dilempari orang dengan batu, tetapi dibalas dengan buah." (Abu Bakar Sibli)

Rahasia keberhasilan adalah kerja keras dan belajar dari kegagalan
Selama ada keyakinan, semua akan menjadi mungkin
Kesalahan akan membuat orang belajar dan menjadi lebih baik

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya kecilku dengan rasa cinta dan kasih untuk:

1. Allah Subhanawata'ala, atas kemudahan dan kesabaran yang diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Giyadi dan ibu Katmi atas doa, semangat, kasih sayang, kesabaran dan pengorbanan dalam mendidik dan membesarkan penulis.
3. Adik saya Kaysa Khairiya Husna terimakasih karena selama ini menjadi adik yang manis dan baik.
4. Keluarga besar saya, terimakasih sudah menjadi motivator terbesar dalam hidup saya.
5. Pembimbing Skripsi saya Ir. Irmawati, S.E.,M.Si., Ibu yang sudah sabar membimbing, mengarahkan, dan membantu mendidik saya untuk mengerjakan karya ini.
6. Gilang, Intan , Hazna, Agustina, Saila, Rezithayang mau membantu saya dan mendengarkan keluh-kesah saya dengan sabar.
7. Teman-teman kelas F manajemen 2015 yang tidak bisa saya sebut satu persatu terimakasih telah menjadi bagian dari cerita perkuliahan saya.
8. Almamater saya, Universitas Muhammadiyah Surakarta yang sudah memberi saya banyak ilmu dan pengalaman.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Store Atmosphere*, Pelayanan Ritel, Nilai Hedonik dan pembelian impulsif Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus konsumen *Ace Hardware*). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden konsumen *Ace Hardware* untuk pengumpulan data menggunakan kuisioner. Teknik analisa data menggunakan Analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *Store Atmosphere*, Pelayanan Ritel, Nilai Hedonik dan pembelian impulsif Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus konsumen *Ace Hardware*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh secara signifikan *store atmospher* terhadap keputusan pembelian; ada pengaruh secara signifikan pelayanan ritel terhadap keputusan pembelian; ada pengaruh secara signifikan nilai hedonik terhadap keputusan pembelian; ada pengaruh secara signifikan pembelian impulsif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Store Atmosphere*, Pelayanan Ritel, Nilai Hedonik, Pembelian Impulsif, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the Store Atmosphere, Retail Services, Hedonic Value and impulsive purchases of Purchasing Decisions (Case Study of Ace Hardware consumers). The sample in this study amounted to 100 Ace Hardware consumer respondents for data collection using questionnaires. Data analysis techniques using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that: Store Atmosphere, Retail Services, Hedonic Value and Impulsive Purchasing on Purchasing Decisions (Case Study of Ace Hardware consumers). The results of this study indicate that there is a significant influence of store atmosphere on purchasing decisions; there is a significant influence of retail services on purchasing decisions; there is a significant influence of hedonic value on purchasing decisions; there is a significant influence on impulsive buying on purchasing decisions

Keywords: Store Atmosphere, Retail Services, Hedonic Value, Impulsive Purchasing, Purchasing Decisions.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas khadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayahNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE, PELAYANAN RITEL, NILAI HEDONIK DAN PEMBELIAN IMPULSIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS KONSUMEN ACE HARDWARE SOLO PARAGON)”**, tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rosulullah Muhammadiyah SAW yang dengan perjuangan telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, terlahir untuk seluruh manusia demi menuju Ridho-Nya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Ir. Irmawati, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Skripsi yang dengansabardantulustelahmemberi banyak masukan, arahan, bimbingankepadapenulisdalampenulisan demi kemajuanskripsipenulis dan sebagai pembimbing akademis yang telah memberikan dorongannya dalam membantu menyelesaikan perkuliahan penulis.

5. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis serta membantu dalam bidang akademis dan administrasi mahasiswa.
6. Semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa penulis sebutkan satu persatu dalam menyelesaikan karya ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Saya sangat berharap bahwa penelitian ini memberikan manfaat khususnya dalam bidang Pemasaran. Semoga kekurangan yang ada tidak mengurangi makna dari penelitian ini tetapi dapat menjadi peluang untuk penelitian berikutnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 08 Februari 2020

Penulis

Firda Alma Husna

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi	6

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA.....	7
	A. Landasan Teori.....	7
	1. <i>Store ABtmosfer</i>	7
	2. Pelayanan Ritel.....	9
	3. Nilai Hedonik	9
	4. Pembelian Impulsif	10
	5. Keputusan Pembelian	11
	B. Tinjauan Penelitian Terdahulu	13
	C. Kerangka Pemikiran.....	15
	D. Hipotesis.....	16
BAB III	METODE PENELITIAN	17
	A. Jenis Penelitian.....	17
	B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	17
	C. Populasi dan Sampel	19
	D. Metode Pengambilan Sampel.....	20
	E. Data dan Sumber Data.....	21
	F. Metode Pengumpulan Data	21
	G. Metode Analisis Data	22
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	31
	A. Deskripsi Responden	31
	B. Analisis Data	33
	C. Pembahasan.....	50

BAB V	PENUTUP.....	56
	A. Kesimpulan.....	56
	B. Keterbatasan Penelitian	57
	C. Saran-Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN.....		61

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel IV.2	Karakteristik Usia Responden.....	32
Tabel IV.3	Karakteristik Pekerjaan Responden.....	32
Tabel IV.4	Karakteristik Pendapatan Responden.....	33
Tabel IV.5	Rangkuman Validitas Instrumen <i>Store Atmosphere</i> (X_1).....	35
Tabel IV.6	Rangkuman Validitas Instrumen Pelayanan Ritel (X_2).....	35
Tabel IV.7	Rangkuman Validitas Instrumen Nilai Hedonik (X_3)	36
Tabel IV.8	Rangkuman Validitas Instrumen Pembelian Impulsif (X_4).....	36
Tabel IV.9	Rangkuman Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	37
Tabel IV.10	Rangkuman Uji Reliabilitas	38
Tabel IV.11	Hasil Pengujian Normalitas	39
Tabel IV.12	Hasil Pengujian Multikolinieritas.....	39
Tabel IV.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	40
Tabel IV.14	Hasil Uji Autokorelasi.....	41
Tabel IV.15	Rekapitulasi Regresi Linier Berganda.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka Pemikiran	15
Gambar III.1	Model uji validasi pengaruh (Uji t)	28
Gambar III.2	Model uji kebaikan model (Uji F).....	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian	62
Lampiran 2	Tabulasi Data Responden.....	68
Lampiran 3	Uji Validitas dan Uji Reabilitas <i>Store Atmosphere</i>	73
Lampiran 4	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Pelayanan Ritel	74
Lampiran 5	Uji Validitas dan Uji Reabilitas Nilai Hedonik	75
Lampiran 6	Uji Validitas dan Uji Reabilitas Pembelian Impulsif.....	76
Lampiran 7	Uji Validitas dan Uji Reabilitas Keputusan Pembelian....	77
Lampiran 8	Uji Normalitas	78
Lampiran 9	Uji Multikolinieritas.....	79
Lampiran 10	Uji Heteroskedastisitas.....	80
Lampiran 11	Uji Autokorelasi	81
Lampiran 12	Analisis Regresi Linier Berganda	82
Lampiran 13	Tabel Harga Kritis dari r	83
Lampiran 14	Distribusi Nilai t tabel	84
Lampiran 15	Distribusi Nilai F table	85