

Konsentrasi/ Bidang Minat: Ritel

**"PENGARUH *IN- STORE BROWSING*, *SHOPPING ENJOYMENT*,
DAN *PERCEIVED TIME PRESSURE* TERHADAP *IMPULSE*
BUYING DI RITEL MODERN PADA *HYPERMART*
CIPUTRA WORLD SURABAYA"**

SKRIPSI S-1



OLEH :

Shelly Sandy

3103010098

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014**

**DAN *PERCEIVED TIME PRESSURE* TERHADAP *IMPULSE*
BUYING DI RITEL MODERN PADA *HYPERMART*
CIPUTRA WORLD SURABAYA**

Skripsi
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:

SHELLY SANDY

3103010098

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014**

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Shelly Sandy

NRP : 3103010098

Judul Skripsi : *Pengaruh In- Store Browsing, Shopping Enjoyment, dan Perceived Time Pressure Terhadap Impulse Buying Di Ritel Modern Pada Hypermart Ciputra World 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, Juli 2014



(Shelly Sandy)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sekalipun aku berjalan dalam lembah kekelaman, aku tidak takut bahaya, sebab Engkau besertaku; gada-Mu dan tongkat-Mu, itulah yang menghiburaku”

(Mazmur 23:4)

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku”

(Filipi 4:13)

“Kita tahu sekarang, bahwa Tuhan turut bekerja dalam segala sesuatu untuk mendatangkan kebaikan bagi mereka yang mengasihi Dia, yaitu bagi mereka yang terpanggil sesuai dengan rencana Tuhan”

(Roma 8:28)

SKRIPSI INI DIPERSEMBAHKAN KEPADA

Tuhan Yesus, sumber kekuatanku.

Orangtua yang selalu mendukung serta menginspirasi.

Teman-teman semuanya yang mensupport dan memotivasiku.

Pacar yang selalu ada yang memberi motivasi dan semangat.

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *IN-STORE BROWSING*, *SHOPPING ENJOYMENT*,
DAN *PERCEIVED TIME PRESSURE* TERHADAP *IMPULSE*
BUYING DI RITEL MODERN PADA HYPERMART
CIPUTRA WORLD SURABAYA**

OLEH:

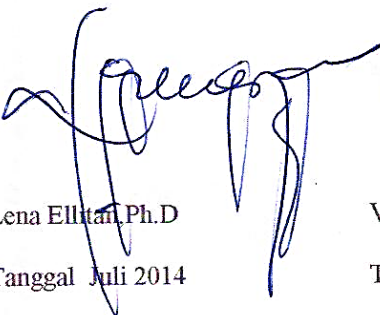
SHELLY SANDY

3103010098

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan

Kepada Tim Penguji

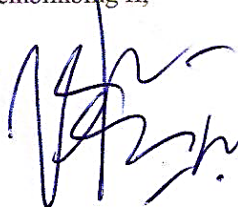
Pembimbing I,



Lena Ellitan, Ph.D

Tanggal Juli 2014

Pembimbing II,



Veronika Rahmawati, SE., M.Si

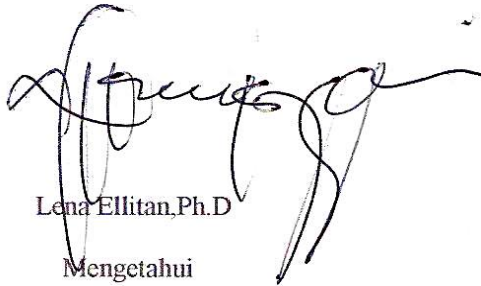
Tanggal 4 Juli 2014

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Shelly Sandy NRP: 3103010098

Telah diuji pada tanggal 23 juli 2014 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji.

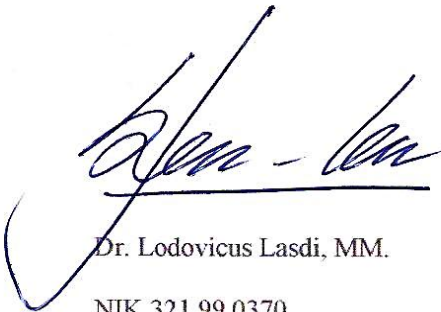
Ketua Tim Penguji:



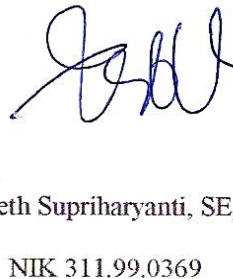
Lena Ellitan, Ph.D
Mengetahui

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM.
NIK 321.99.0370



Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si
NIK 311.99.0369

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya 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 Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit, SE, M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Dosen Pembimbing 1 Ibu Lena Ellitan, Ph. D. selaku dosen pembimbing I Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Dosen Pembimbing 2 Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing II Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

6. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
7. Segenap keluarga, para sahabat, dan teman-teman saya dalam mendukung proses penyelesaian skripsi ini.
8. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuannya. Semoga atas bimbingan serta perhatian yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

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, 8 Juli 2014

Shelly Sandy

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSYARATAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
HALAMAN MOTTO/ KATA PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTARK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	4

1.5. Sistematika Penulisan.....	5
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Landasan Teori.....	7
2.3. Impulse Buying.....	12
2.4. Hubungan Antar Variabel.....	12
2.5. Model Penelitian.....	14
2.6. Hipotesis Penelitian.....	15
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian.....	16
3.2. Identifikasi Variabel.....	16
3.3. Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran Variabel.....	17.
3.4. Populasi dan Sampel.....	19
3.5. Teknik Pengumpulan dan Analisis Data.....	20
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1. Karakteristik Obyek Penelitian.....	25
4.2. Gambaran Karakteristik Responden.....	26
4.3. Regresi Linier Berganda.....	29
4.4. Pembahasan.....	35

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan Penelitian.....40

5.2. Saran Penelitian.....41

DAFTAR PUSTAKA.....xvii

LAMPIRAN.....xix

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Tabel perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	6
Tabel 4.2.1 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	27
Tabel 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	28
Tabel 4.3 Output statistik Regresi Linier Berganda.....	29

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Model Berfikir Penelitian.....	14
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor

Lampiran 1: Kuesioner penelitian

Lampiran 2: Data input kuesioner

Lampiran 3: Output hasil penelitian

Lampiran 4: Uji Validitas Penelitian

Lampiran 5: Uji Reliabilitas Penelitian

Lampiran 6: Output Statistik Regresi Linier Berganda

**PENGARUH *IN- STORE BROWSING*, *SHOPPING ENJOYMENT*,
DAN *PERCEIVED TIME PRESSURE* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
DI RITEL MODERN PADA HYPERMART
CIPUTRA WORLD SURABAYA**

ABSTRAK

Dalam era modern ini, munculnya pusat perbelanjaan dan kemewahan modern seperti jenis Supermarket yang ada di kota Surabaya, terutama yang dibangun oleh toko ritel seperti Hypermart, Carrefour, Giant dan lain-lain telah menimbulkan persepsi akan pembelian terhadap toko gerai ritel oleh konsumen, sehingga memicu terjadinya pembelian tidak terencana atau *impulse buying*. Dalam rangka untuk mendapatkan kepuasan atau kesenangan serta hiburan dalam kegiatan berbelanja oleh konsumen, maka dalam penelitian ini akan memakai obyek Hypermart Ciputra World Surabaya dan dalam penelitian ini akan dicoba untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi *impulse buying* serta mengidentifikasi berbagai sudut pandang pembelian konsumen. Salah satu gerai toko ritel yang bisa menjadi daya tarik bagi konsumen adalah Hypermart Ciputra World Surabaya. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak atau pengaruh *in- store browsing* , *shopping enjoyment* , dan *perceived time pressure* atau penekanan waktu konsumen dalam berbelanja di Hypermart Ciputra World Surabaya. Desain penelitian ini menggunakan metode survey dari 120 responden dengan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan program *SPSS 13 for windows*. Responden diambil dari beberapa konsumen yang berada di gerai ritel Hypermart Ciputra World Surabaya. Dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) tidak ada pengaruh antara variabel *in- store browsing* terhadap *impulse buying*; (2) ada pengaruh antara variabel *shopping enjoyment* terhadap *impulse buying*; (3) tidak ada pengaruh *perceived time pressure* terhadap *impulse buying*.

Kata kunci: *in- store browsing*, *shopping enjoyment*, *perceived time pressure*, dan analisis regresi linier berganda.

THE EFFECT OF *IN- STORE BROWSING, SHOPPING ENJOYMENT, AND PERCEIVED TIME PRESSURE ON IMPULSE BUYING IN RETAIL MODERN HYPERMART CIPUTRA WORLD SURABAYA CITY*

ABSTRACT

In this modern era, the emergence of modern shopping malls and luxury like the kind supermarkets in Surabaya, especially those built by retail stores such as Hypermart, Carrefour, Giant and others have led to the perception of the store of purchase by the consumer retail outlets, thus triggering the occurrence of unplanned purchases or impulse buying. In order to obtain satisfaction or pleasure in activities and entertainment shopping by consumers, so in this study will use Hypermart Ciputra World Surabaya object and in this study will try to examine the factors that influence impulse buying as well as identify the various perspectives of consumer purchases. One of the retail outlets that could be an attraction for consumers is Hypermart Ciputra World Surabaya. Therefore, the purpose of this study was to analyze the impact or influence of in-store browsing, shopping enjoyment, and perceived time pressure or time pressure consumers in shopping at Hypermart Ciputra World Surabaya. The design of this study using a survey of 120 respondents methods with techniques of analysis used in this study is the Linear Regression analysis with SPSS 13 for windows. Respondents were drawn from several consumers in retail outlets Hypermart Ciputra World Surabaya. In the results showed that: (1) there is no influence of variables in-store browsing on impulse buying; (2) no shopping enjoyment influence of variables on impulse buying; (3) there was no effect of perceived time pressure on impulse buying.

Keywords: *in- store browsing, shopping enjoyment, perceived time pressure, and multiple linear regression analysis.*