

**PENGARUH KETERLIBATAN MODE, PROMOSI PENJUALAN, DAN
VISUAL MERCHANDISING TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF
PENGUNJUNG MAL DI JAKARTA
(STUDI KASUS TERHADAP PENGUNJUNG MAL DI JAKARTA)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Mercu Buana Jakarta



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Puji Nugraha

Nim : 43112110296

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Puji Nugraha

Nim : 43112110296

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mncantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Agustus 2016



Puji Nugraha

43112110296

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Puji Nugraha
NIM : 43112110296
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Keterlibatan Mode, Promosi Penjualan, dan
Visual Merchandising Terhadap Pembelian Impulif
Pengunjung Mal di Jakarta
Tanggal Lulus Ujian : 23 Agustus 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji,



Dr. Rina Astini, SE., MM.

Tanggal : 27/8 2016

Hesti Maheswari, SE., M.Si

Tanggal : 27/8 2016

Dekan,

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,



Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA.

Tanggal : 28/8 - 2016



Dr. Rina Astini, SE., MM.

Tanggal : 27/8 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Keterlibatan Mode, Promosi Penjualan, dan Visual Merchandising terhadap Pembelian Impulsif Pengunjung Mal di Jakarta”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat – nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM., selaku Rektor Universitas Mercu Buana

2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Ibu Dr. Rina Astini, Se., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan waktu dan ilmu yang sangat berharga.
5. Kedua orang tua tercinta Alm. Ayahanda Encang Kosasih, Ibunda Ella Hayati dan ketiga adik – adik saya, Dicky Akbar Maulana, Willy Nur Zaman, dan Annisa Salsa Nabila yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti – hentinya kepada penulis serta member semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Saudari Fransisca Amelia Heri Oktavia SE, beserta keluarganya yang telah memberikan dorongan, semangat, bantuan yang tiada henti – hentinya mulai awal penulis berkuliah hingga menyelesaikan Program S1 Manajemen di Universitas Mercu Buana.
7. Rekan – rekan seperjuangan Galih Dipta Pramana, M. Syahreza, Eddy Purwanto, Riske Aprillia, Astryni Aprillia, Marlisa Anjani, Yuliani, M. Dwi Prayogo, Elliana Puspita Sari, Esthy, Dedi hayadi, Desi, Harries, Frengky, Husna, Junudin, Lidya, Lusi, Meriem, Sunarty, Nunung, Roziq, Pras, Rahmi, Rany, Shella, Uci, Nur Isma, David, yang telah bersama – sama mengarungi

pendidikan di Universitas Mercu Buana, semoga kita semua mendapatkan manfaat yang baik atas semua kerja keras dan usaha kita, mampu mencapai cita – cita dan memberikan manfaat bagi orang- orang yang kita sayangi dan kasihi.

8. Rekan – rekan di tempat kerja Bapak Kardiyanto, selaku owner & pimpinan PT. Karya Prima Mahardhika, Bapak Priyono selaku Komisaris PT. Karya Prima Mahardhika, Ibu Karsinah (Siti) selaku sekretaris Direktur PT. Karya Prima Mahardhika, Bapak Sunari, Ibu Nofi, Ihwan, dan Marchellia yang telah memberika bimbingan, semangat, dan dukungan yang tidak akan dapat terganti.
9. Pihak – pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 23 Agustus 2016

Puji Nugraha



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	10
C. Tujuan Penelitian dan Kontribusi Penelitian	11
1. Tujuan Penelitian.....	11
2. Kontribusi Penelitian	11
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	13
A. KAJIAN PUSTAKA.....	13
1. Manajemen Pemasaran.....	13
2. Perilaku Konsumen	18
3. Keterlibatan Mode	23
4. Promosi Penjualan	24
5. <i>Visual Merchandising</i>	27
6. Pembelian Impulsif.....	29
B. PENELITIAN TERDAHULU.....	31
C. RERANGKA PEMIKIRAN	33
D. HIPOTESIS.....	36

BAB III	37
METODE PENELITIAN	37
A. Waktu dan Tempat Penelitian	37
B. Desain Penelitian.....	37
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	38
1. Pengertian Variabel	38
2. Definisi Operasional Variabel	39
D. Pengukuran variable.....	41
E. Populasi dan Sampel	42
1. Populasi Penelitian	42
2. Sampel Penelitian	43
F. Teknik Pengumpulan Data.....	43
G. Jenis Data Penelitian	44
H. Metode Analisis Data.....	45
1. <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	45
2. Uji Validitas	52
3. Uji Reliabilitas.....	52
4. Pengujian Hipotesis.....	54
BAB IV	55
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
1. Karakteristik Profil Responden/ Statistik Deskriptif.....	56
B. Uji Instrumen Penelitian	62
1. Hasil Uji Validitas Variabel dan Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	62
C. Uji Kecocokan Model Pengukuran	79
1. Uji Kecocokan Model Keseluruhan	79
D. Uji Kecocokan Model Struktural (UJI T)	81
E. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	80

F. Analisis Hasil Penelitian	85
1. Analisis Keterlibatan Mode Terhadap Pembelian Impulsif	85
2. Analisis Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif	86
3. Analisis Visual merchandising Terhadap Pembelian Impulsif	87
BAB V.....	86
SIMPULAN DAN SARAN	90
A. SIMPULAN	90
B. SARAN	91
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	97



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
Tabel 1.1	Perkembangan Omset Ritel Modern 2004 - 2008	2
Tabel 1.2	Hasil Observasi	9
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert.....	42
Tabel 3.3	<i>Goodness of Fit Index</i>	49
Tabel 4.1	Uji Validitas Variabel Keterlibatan Mode	65
Tabel 4.2	Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan	68
Tabel 4.3	Uji Validitas Variabel <i>Visual Merchandising</i>	72
Tabel 4.4	Uji Validitas Variabel Pembelian Impulsif.....	77
Tabel 4.5	Hasil Uji Kecocokan Model Keseluruhan	81
Tabel 4.6	Hasil Uji Kecocokan Model Struktural Penelitian	83
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	84

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
	Gambar 1.1 Perbandingan Konsumsi Masyarakat Urban dan Rural 2013	4
	Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran	35
	Gambar 4.1 Komposisi Jenis Kelamin responden	57
	Gambar 4.2 Komposisi Usia Responden	58
	Gambar 4.3 Komposisi Pekerjaan Responden	59
	Gambar 4.4 Komposisi Pendidikan Responden	60
	Gambar 4.5 Komposisi Penghasilan Responden	62
	Gambar 4.6 Model Pengukuran Variabel Keterlibatan Mode	64
	Gambar 4.7 Model Pengukuran Variabel Promosi Penjualan	67
	Gambar 4.8 Model Pengukuran Variabel <i>Visual Merchandising</i>	71
	Gambar 4.9 Model Pengukuran Variabel Pembelian Impulsif	76
	Gambar 4.10 Model Pengukuran Konstruksi Variabel Penelitian	80
	Gambar 4.11 Model Struktural (T-Value)	82

DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	97
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	103
Lampiran 3 Hasil Statistik Deskriptif	134
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	137
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	139
Lampiran 6 Hasil Uji Pengukuran Data	140
Lampiran 7 Hasil Uji Struktural	142
Lampiran 8 Hasil Studi Pendahuluan	144

