

**PENGARUH *STORE ENVIRONMENT* DAN *PERSONALITY TRAITS*  
TERHADAP *EMOTIONAL GRATIFICATION* DAN *IMPULSE BUYING*  
*BEHAVIOUR***

**(Studi Kasus pada Pengunjung Sepatu Merek Yongki Komaladi di Gerai  
Matahari Departemen Store Mal Ciputra Jakarta)**

**SKRIPSI**



UNIVERSITAS  
Disusun oleh :

Nama : AGNES MARSELLY

NIM : 43111010194

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**MANAJEMEN S1**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2015**

**PENGARUH *STORE ENVIRONMENT* DAN *PERSONALITY TRAITS*  
TERHADAP *EMOTIONAL GRATIFICATION* DAN *IMPULSE BUYING*  
*BEHAVIOUR***

**(Studi Kasus pada Pengunjung Sepatu Merek Yongki Komaladi di Gerai  
Matahari *Departemen Store* Mal Ciputra Jakarta)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
SARJANA EKONOMI  
Program Studi Manajemen – Strata 1**



Disusun oleh :

**Nama : AGNES MARSELLY**

**NIM : 43111010194**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
MANAJEMEN S1  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2015**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : AGNES MARSELLY

NIM : 43111010194

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya sendiri. Apabila Saya mengutip dari karya orang lain, maka Saya mencantumkan 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.

MERCU BUANA

Jakarta, 26 Januari 2015

Hormat Saya,



(AGNES MARSELLY)

NIM : 43111010194

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Agnes Marselly  
NIM : 43111010194  
Program Studi : Manajemen S1  
Judul Skripsi : Pengaruh *Store Environment* dan *Personality Traits*  
terhadap *Emotional Gratificaton* dan *Impulse Buying Behaviour*  
(Studi Kasus pada Pengunjung Sepatu Merek Yongki Komaladi  
di Gerai Matahari *Departemen Store* Mal Ciputra Jakarta)

Tanggal Lulus Ujian : 29 Januari 2015

Disahkan oleh,

**Pembimbing**



(Daru Asih, SE., M. Si)

Tanggal : 05 Febr 2015

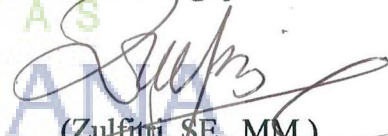
**Dekan FEB UMB**



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

Tanggal : 12/2 2015

**Ketua Penguji**



(Zulfitri, SE., MM)

Tanggal : 5/2 2015

**Ketua Program Studi Manajemen S1**



(Dr. Rina Astini, SE., MM)

Tanggal : 12/2 2015

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **“PENGARUH *STORE ENVIRONMENT* DAN *PERSONALITY TRAITS* TERHADAP *EMOTIONAL GRATIFICATION* DAN *IMPULSE BUYING BEHAVIOUR* (Studi Kasus pada Pengunjung Sepatu Merek Yongki Komaladi di Gerai Matahari Departemen Store Mal Ciputra Jakarta)”** yang dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi dan untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka menyelesaikan Program Sarjana Strata-1 (S1) di Universitas Mercu Buana.

Dalam penyelesaian penelitian ini memang membutuhkan ketekunan dan kesabaran serta dorongan dari berbagai pihak karena dengan segala kemampuan yang dimiliki oleh penulis tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Namun, manusia memang tidak luput dari semua itu, sehingga penulis pun menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini masih terdapat ketidaksempurnaan. Untuk itu, penulis menyampaikan maaf dan juga mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan penelitian ini dimasa yang akan datang.

Dalam penyusunan penelitian ini penulis memperoleh banyak petunjuk, bimbingan dan dukungan serta arahan dari berbagai banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan yang diberikan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada :

1. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Wiwik Utami, SE., Ak., MS., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Rina Astini, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Daru Asih, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan berbagai informasi yang berguna bagi penulis selama penyusunan penelitian ini.
5. Seluruh staff dan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
6. Libriani selaku HRD gerai Matahari *Departement Store* Mal Ciputra yang telah mengizinkan Saya untuk melakukan penelitian.
7. Keluarga Tercinta, Bapak Muhammad Alim dan Ibu Titin Sumanti yang senantiasa mendoakan dan mendukung penulis, Lukluk Luthfiyah dan Zahraa Huwayda Alim yang merupakan adik penulis yang sangat penulis sayangi. Terima kasih atas doa, semangat, dan dukungan moril maupun materil dan segalanya yang telah diberikan kepada penulis selama penulis kuliah dan dalam penyusunan penelitian ini.
8. Teman satu bimbingan, Ririn dan Kiki yang telah membantu dan mengajarkan Saya mulai dari proses pembuatan hingga penelitian ini selesai.
9. Tri Sapto Nugroho sebagai orang spesial yang senantiasa meluangkan waktunya, memberikan semangat dan dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

10. Sahabat-sahabat yang telah lama mengenal Saya dan senantiasa mendukung Saya, Fita, Mia, Kamalul, Rika, Farras, Tri, Yulia, Fifi, Dini, dan Rizky.
11. Teman-teman dekat Saya, Okta, Angga, Riska, dan Uchi yang selalu menghibur Saya disaat kesulitan.
12. Teman-teman kampus, Nabella, Novi, Devi, Firda, Meyra, Nur, Dewy, Fitri, Nika, Lulu, Amaliah, Rika, dan Nia yang telah memberikan keceriaan, semangat, dan pengalaman yang hebat selama kuliah.
13. Teman satu perjuangan HMJ Manajemen S1 periode 2013-2014, Isa, Yossy, Tya, Budi, Firda, Adit, Dewy, Wahyu, Nur, Sofy, Maulana, Tizar, dan Ghea yang senantiasa memberikan kenangan terindah dalam setiap momentnya. Terima kasih atas kebersamaannya, kenangan itu akan tersimpan dalam diri penulis.
14. Adik-adik HMJ Manajemen S1 periode 2013-2014, Ida, Agung, Defi, Rijal, Yeni, Diki, Imah, Aris, Yusuf, Anggi, Dara, Oky, Idris yang telah mendoakan Saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
15. Pengunjung gerai Matahari *Departement Store* Mal Ciputra yang tidak dapat penulis yang telah bersedia mengisi kuesioner untuk kelengkapan data penelitian ini.
16. Segala pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Jakarta, 26 Januari 2015

**Penulis**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN SAMPUL</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	11
1.3.2 Kontribusi penelitian.....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>13</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	13



2.1.1 <i>Store Environment</i> .....	13
2.1.1.1 Definisi <i>Store Environment</i> .....	13
2.1.1.2 Dimensi <i>Store Environment</i> .....	14
2.1.2 <i>Personality Traits</i> .....	15
2.1.2.1 Definisi <i>Personality Traits</i> .....	15
2.1.2.2 Sifat-Sifat Dasar Kepribadian .....	19
2.1.2.3 Teori Kepribadian.....	20
2.1.2.4 Dimensi Kepribadian.....	22
2.1.3 <i>Emotional Gratification</i> .....	23
2.1.3.1 Definisi <i>Emotional Gratification</i> .....	23
2.1.3.2 Dimensi Emosi .....	25
2.1.4 <i>Impulse Buying Behaviour</i> .....	26
2.1.4.1 Definisi Perilaku Konsumen .....	26
2.1.4.2 Definisi <i>Impulse Buying Behaviour</i> .....	29
2.1.4.3 Tipe-Tipe <i>Impulse Buying Behaviour</i> .....	31
2.1.4.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Impulse Buying</i> <i>Behaviour</i> .....	32
2.1.4.5 Karakteristik <i>Impulse Buying Behaviour</i> .....	32
2.2 Penelitian Terdahulu .....	33
2.3 Rerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis.....	35
2.3.1 Rerangka Pemikiran .....	35
2.3.2 Pengembangan Hipotesis.....	35

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
3.1.1 Waktu penelitian .....	41
3.1.2 Tempat Penelitian.....	41
3.2 Desain Penelitian.....	42
3.3 Definisi dan Operasional Variabel.....	42
3.4 Skala Pengukuran.....	46
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
3.5.1 Populasi Penelitian .....	48
3.5.2 Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	48
3.7 Jenis Data.....	49
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.8 Metode Analisis Data .....	50
3.8.1 Pengembangan Model secara Teoritis.....	51
3.8.2 Pengembangan Diagram Jalur ( <i>Path Diagram</i> ).....	52
3.8.3 Menyusun Diagram Jalur ( <i>Path Diagram</i> ).....	53
3.8.4 Uji Instrumental .....	55
3.8.4.1 Uji Validitas .....	55
3.8.4.2 Uji Reliabilitas .....	55
3.8.4.3 Pengujian Evaluasi Asumsi Model Struktural .....	56
3.8.5 Uji Hipotesis .....	59
3.8.6 Interpretasi dan Modifikasi Model.....	59

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	60
4.1.1 Sejarah PT Matahari <i>Departemen Store Tbk.</i> .....	60
4.2 Karakteristik Responden .....	61
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	61
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	62
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	62
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	63
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Produk	
<i>Fashion per Bulan</i> .....	65
4.3 Analisis <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> .....	66
4.3.1 Uji Validitas dengan Analisis Faktor Konfirmatori	
( <i>Confirmatory Analysis Factor</i> ) .....	66
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	76
4.3.3 Uji Normalitas Data.....	78
4.3.4 Evaluasi Outlier.....	80
4.3.5 Hasil Uji Kelayakan Model Penuh ( <i>Full Model</i> ).....	84
4.3.6 Pengujian Hipotesis .....	86
4.3.7 Analisis Hipotesis.....	88
4.3.7.1 Pengaruh <i>Personality traits</i> terhadap <i>Emotional</i>	
<i>Gratification</i> .....	88
4.3.7.2 Pengaruh <i>Store Environment</i> terhadap <i>Emotional</i>	
<i>Gratification</i> .....	88

4.3.7.3 Pengaruh <i>Store Environment</i> terhadap <i>Impulse</i>	
<i>Buying Behaviour</i> .....	89
4.3.7.4 Pengaruh <i>Personality Traits</i> terhadap <i>Impulse</i>	
<i>Buying Behaviour</i> .....	90
4.3.7.5 Pengaruh <i>Emotional Gratification</i> terhadap <i>Impulse</i>	
<i>Buying Behaviour</i> .....	91
<b>BAB V    SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>92</b>
5.1 Simpulannya .....	92
5.1.1 <i>Personality Traits</i> Tidak Berpengaruh terhadap <i>Emotional</i>	
<i>Gratification</i> .....	92
5.1.2 <i>Store Environment</i> Berpengaruh Signifikan terhadap <i>Emotional</i>	
<i>Gratification</i> .....	93
5.1.3 <i>Store Environment</i> Tidak Berpengaruh terhadap <i>Impulse</i>	
<i>Buying behaviour</i> .....	93
5.1.4 <i>Personality Traits</i> Berpengaruh Tidak Signifikan terhadap <i>Impulse</i>	
<i>Buying behaviour</i> .....	94
5.1.5 <i>Emotional Gratification</i> Berpengaruh Signifikan terhadap <i>Impulse</i>	
<i>Buying behaviour</i> .....	94
5.2 Sarannya .....	95
5.2.1 Saran Untuk Gerai Matahari <i>Departemen Store Mal Ciputra</i>	
<i>Jakarta</i> .....	95
5.2.2 Saran Untuk Agenda Penelitian Selanjutnya .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>97</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Beberapa Perusahaan Retail Di Indonesia .....	2
Tabel 1.2	Beberapa <i>Departemen Store</i> yang Masuk ke Dalam <i>Top Brand Index</i> pada Tahun 2014.....	4
Tabel 1.3	Top Brand Sepatu Kerja Pria Dan Wanita .....	7
Tabel 1.4	Data Penjualan Sepatu Wanita Merek Yongki Komaladi Periode Jan-Jun 2013-2014 .....	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.2	Simbol-Simbol Diagram Jalur dalam SEM.....	53
Tabel 3.3	Indeks Kelayakan Model.....	58
Taembl 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	63
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan ....	64
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Produk <i>Fashion</i> Per Bulan .....	65
Tabel 4.6	Hasil <i>Standardized Regression Weight</i> Antar Konstruk Eksogen .....	67

<b>Tabel 4.7</b>	<b>Hasil <i>Standardized Regression Weight</i> Antar Konstruk Eksogen (Modifikasi).....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel 4.8</b>	<b>Hasil <i>Standardized Regression Weight</i> Antar Konstruk Eksogen (Modifikasi).....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 4.9</b>	<b>Hasil <i>Standardized Regression Weight</i> Antar Konstruk Endogen .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabel 4.10</b>	<b>Hasil <i>Standardized Regression Weight</i> Antar Konstruk Endogen (Modifikasi) .....</b>	<b>73</b>
<b>Tabel 4.11</b>	<b>Hasil <i>Standardized Regression Weight</i> Model Penuh (<i>Full Model</i>) .....</b>	<b>75</b>
<b>Tabel 4.12</b>	<b>Hasil Uji Reliabilitas Variabel Eksogen.....</b>	<b>76</b>
<b>Tabel 4.13</b>	<b>Hasil Uji Reliabilitas Variabel Endogen.....</b>	<b>77</b>
<b>Tabel 4.14</b>	<b>Hasil Uji Reliabilitas Model Penuh (<i>Full Model</i>) .....</b>	<b>78</b>
<b>Tabel 4.15</b>	<b>Hasil Uji Normalitas (<i>Assessment of normality</i>).....</b>	<b>78</b>
<b>Tabel 4.16</b>	<b>Hasil Uji Data Outlier (<i>Farthest From The Centroid (Mahalanobis Distance)</i>) .....</b>	<b>80</b>
<b>Tabel 4.17</b>	<b>Hasil Uji Kelayakan Model Penuh (<i>Full Model</i>) .....</b>	<b>85</b>
<b>Tabel 4.18</b>	<b>Hasil Uji <i>Regression Weights</i>.....</b>	<b>86</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1 Model Rerangka Konseptual .....</b>	<b>35</b>
<b>Gambar 3.1 Konsep yang Dikembangkan dalam Penelitian.....</b>	<b>54</b>
<b>Gambar 4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Antar Konstruk Eksogen .....</b>	<b>67</b>
<b>Gambar 4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Antar Konstruk Eksogen (Modifikasi).....</b>	<b>69</b>
<b>Gambar 4.3 Analisis Faktor Konfirmatori Antar Konstruk Eksogen (Modifikasi).....</b>	<b>70</b>
<b>Gambar 4.4 Analisis Faktor Konfirmatori Antar Konstruk Endogen .....</b>	<b>71</b>
<b>Gambar 4.5 Analisis Faktor Konfirmatori Antar Konstruk Endogen (Modifikasi).....</b>	<b>73</b>
<b>Gambar 4.6 Analisis Faktor Konfirmatori Model Penuh (<i>Full Model</i>)....</b>	<b>74</b>

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	102
Lampiran 2	Tabulasi Data Hasil Kuesioner .....	107
Lampiran 3	Tabulasi Data Deskriptif Responden.....	113
Lampiran 4	Output Karakteristik Responden .....	118
Lampiran 5	Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Antar Konstruk Eksogen.....	120
Lampiran 6	Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Antar Konstruk Eksogen (Modifikasi) .....	121
Lampiran 7	Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Antar Konstruk Eksogen (Modifikasi) .....	122
Lampiran 8	Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Antar Konstruk Endogen .....	123
Lampiran 9	Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Antar Konstruk Endogen (Modifikasi) .....	124
Lampiran 10	Hasil Analisis Model Penuh ( <i>Full Model</i> ).....	125
Lampiran 11	Hasil Uji Reliabilitas .....	127
Lampiran 12	Hasil Uji Normalitas Data.....	129
Lampiran 13	Hasil Uji Outlier .....	131
Lampiran 14	Hasil Uji Kelayakan Model Penuh ( <i>Full Model</i> ) .....	135